

**Tallinna Ülikool**

**Sotsiaalteaduskond**

**Psühholoogiaosakond**

**Liina Graverson**

**Mulje kujundamise olulisus tööintervjuul ning  
seosed enesehinnangu, tunnetatud võimekuse ja  
kontrollikeskmega**

**Magistritöö**

**Juhendaja: Toomas Niit**

**Kaitsmisele lubatud .....**

**Tallinn 2007**

## SISUKORD

<b>SISSEJUHATUS</b> .....	2
<b>TEOREETILINE TAUST</b> .....	4
<b>Mõistete definitsioon</b> .....	4
<i>Mulje ja eneseesitamine</i> .....	4
<i>Enesehinnang ja tunnetatud võimekus ning nendevahelised seosed</i> .....	5
<i>Mulje kujundamine</i> .....	10
<i>Stereotüübid ja mulje kujunemine</i> .....	11
<i>Mõjustamistehnikad</i> .....	12
<i>Veenmine</i> .....	14
<i>Väljendusrikkus ja individuaalne karismaatilisus</i> .....	15
<i>Huumor veenmises</i> .....	17
<i>Kontrollikese</i> .....	18
<b>Kokkuvõte</b> .....	19
<b>EMPIIRILINE UURIMUS</b> .....	22
<b>Eesmärk ja hüpoteesid</b> .....	22
<i>Eesmärk</i> .....	22
<i>Hüpoteesid</i> .....	22
<b>Meetod</b> .....	23
<i>Mõõtmisvahendid</i> .....	23
<i>Protseduur</i> .....	25
<i>Valim</i> .....	26
<b>Tulemused</b> .....	26
<i>Mulje kujundamine</i> .....	26
<i>Personali värbajate ja töötajate arvamuste võrdlus</i> .....	29
<i>Töötajate arvamused</i> .....	29
<i>Töötavate ja mittetöötavate töötajate arvamuste võrdlus</i> .....	29
<i>Meeste ja naiste arvamuste võrdlus</i> .....	30
<i>Õppivate ja mitte õppivate töötajate arvamuste võrdlus</i> .....	30
<i>Enesehinnang ja selle seosed vastustega</i> .....	31
<i>Kontrollikese ja selle seosed vastustega</i> .....	32
<i>Tunnetatud võimekus ja selle seosed vastustega</i> .....	33
<i>Seosed uuritavate konstruktide vahel</i> .....	34
<b>Arutelu</b> .....	36
<b>KOKKUVÕTE</b> .....	43
<b>Autori märkused</b> .....	44
<b>VIITED</b> .....	45

## SISSEJUHATUS

Inimene on sotsiaalne olend. Talle on oluline teiste hinnang. Mõnes olukorras tuleb ennast edukalt esitada, taotleda mingeid hüvesid või lasta ennast teistel hinnata. Erinevates eluolukordades püüavad inimesed rohkemal või vähemal määral käituda nii, nagu teised ootavad. Inimesel on endal arvamus, mida temalt mingis suhtlemissituatsioonis oodatakse. Kuidas aga käituda nii, et jäetav mulje aitaks saavutada eesmärki ja luua ning säilitada kontakt oluliste indiviididega? Seda otsustab igaüks ise, tehes valiku, millised käitumise aspektid on mingis olukorras olulised ja millised mitte.

Üheks taoliseks situatsiooniks, kus inimest hinnatakse, on tööintervjuu. Räägitakse, et mõned inimesed on läbilöögivõimelisemad. Korraldatakse koolitusi, et abistada teatud grupil tööturule naasmist. Mis teeb inimese läbilöögivõimelisemaks? Kuidas inimene veenab, et tema on piisavalt sobiv mingile ametikohale? Võibolla on inimese oskused ja teadmised ning kogemused tehnilisest küljest väga head, aga ta ei oska ennast esitada. Erialadel, kus selge eneseväljendus ja eneseesitamine on oluline, saab teha otsustuse selle nähtava oskuse abil. Seevastu aga mõttetööd, individuaalset süvenemist nõudva ametikoha täitmiseks tuleb osata vaadata eneseesitlusest kaugemale.

Lisaks hariduse ja kogemuste analüüsile näitab tööle kandideeriv inimene tööintervjuul, kui esinduslikult suudab ta käituda olulistes situatsioonides. Tööintervjuu nõuab ettevalmistust nii intervjuueerija kui intervjuueeritava seisukohast. Antud uurimuse huvipunktis on küsimus, kui võrd inimesed ise peavad oluliseks teoreetilistest uurimustest selgunud mulje kujundamise ja eseesitamise ning veenmise seisukohalt olulisi tegevusi või omadusi. Kas tööotsijad kalduvad alahindama mõnda eneseesitamise ja mulje kujundamise aspekti? Kas vastaja enesehinnang, tunnetatud võimekus või kontrollikese on seotud hinnangutega? Et vastata eelmainitud küsimustele moodustatakse grupid, kelle arvumusi omavahel võrreldakse.

Praeguses infoühiskonnas on antud teema uurimine aktuaalne. Erinevatel elualadel tegutsevatel inimestel on kergem esmamuljest ja meeldivusest lähtudes teha ära esimene valik, kellega koostööd teha või kellele pakkuda konkursil lisaülesandeid. Spetsialistidel, kellel tuleb teha taolisi otsustusi on aga hea teada, millist käitumist töövestlustel peetakse oluliseks ja kuidas see võib seonduda näiteks töötaja enesehinnangu, tunnetatud võimekuse ja kontrollikeskmeaga.

Töövahendusportaalides esitatakse näidisintervjuusid koos vastustega, kus tuleb välja valida nii õelda õige vastus, mis aitab värbajale kõige rohkem muljet avaldada. Selline info võib teadvustada kandidaadile, et kõige olulisem on jätta hea mulje. Antud uurimuse üheks eesmärgiks on koguda infot varasematest uurimustest eneseesitamise, veenmise ja mulje kujundamise kohta. Uurimuste põhjal koostatakse loetelu eneseesitamist ja käitumist puudutavatest aspektidest ning küsitakse töötajatelt enestelt, kui oluliseks nad ühte või teist eneseesitamise osa peavad. Sobivusotsustusi tegevatel spetsialistidel on oluline teada, mida kandidaadid ise tähtsustavad tööintervjuul esmamulje kujundamisel.

Teiseks eesmärgiks on uurida, kuidas tunnetatud võimekus, kontrollikese ja enesehinnang seonduvad töötajate arvamustega. Leary (1995) on leidnud, et mõned inimesed ei ole teadlikud, millise mulje nad jätavad, teised küll jälgivad endast jäetavat muljet, aga ei pinguta selle parandamiseks ja ülejäänud teevad kas alateadlikke või teadlikke pingutusi mulje kujundamiseks. Antud uurimuses otsitakse seoseid, kas enesehinnang ja tunnetatud võimekus ja kontrollikese seostub sellega, kui võrd oluliseks peetakse mulje kujundamist. Näiteks inimesed, kellel on kõrge enesehinnang, võivad pidada mulje kujundamist olulisemaks, sest väärtustavad ennast kõrgelt ja leiavad, et nad on suutelised konkursi võitma. Samas võib juhtuda nii, et nad ei pea mulje kujundamist oluliseks, kuna nad on juba piisavalt läbilöögivõimelised. Inimesed, kellel on kõrge tunnetatud võimekus, võivad hinnata teatud mulje kujundamise aspekte ebaolulisemaks kuna võivad ühe võimalusena end juba pidada läbilöögivõimeliseks. Seesmise kontrollikeskmeaga inimesed usuvad, et edu sõltub neist endist ja seetõttu ka pingutavad rohkem ja peavad oluliseks mulje kujundamist, nad ei jäta seda juhuse hooleks. Kahtlemata võib leida veel konkureerivaid selgitusi.

## TEOREETILINE TAUST

### Mõistete definitsioon

#### *Mulje ja eneseesitamine*

Quinn, Macrae ja Bodenhausen (2007) leiavad, et edukaks sotsiaalseks suhtlemiseks peame kujundama endast mulje, mis haakub teiste inimeste seisukohtadega kooskõllaliselt ja tähenduslikult. Mulje kujunemine toimub vahetult ja kiiresti. Mulje kellestki tekib meie mõtetesse nii iseenesestmõistetavalt, et võib tunduda, et mulje peegeldabki ilmselgeid ja objektiivseid inimese omadusi ilma, et miski seda segaks või kallutaks mitteobjektiivses suunas. Samas peitub mulje kujunemise protsessis hulk keerukaid vaimseid protsesse, mille abil me püüame konstrueerida oma mõtetes teiste inimeste karakterit või mõista teiste inimeste käitumist.

Mulje kujunemine algab sotsiaalse tajuja vaatlemise tulemusena – tajutava inimese käitumine identifitseeritakse ja kategoriseeritakse, mille alusel teda hakatakse iseloomustama. Quinn, Macrae ja Bodenhausen (2007) arvavad, et mõnikord inimese iseloomustust korrigeeritakse lähtudes situatsioonilistest teguritest ja mõnikord mitte. Inimese käitumine võis olla reaktsioon kindlatele situatsioonilistele. Vaatluste, info ja käitumise ning veel palju muu tulemusena kujundatakse mulje.

Uurimused (Bodenhausen & Macrae, 1994) mulje kujundamise vallas on näidanud, et tajuja eelistab lihtsaid ja hästi struktureeritud muljeid. Selline mulje saavutatakse siis, kui tajuja konstrueerib ja kasutab regulaarselt kategooriaalseid tunnuseid nagu stereotüübid, mis aitavad teistest aru saada. Gilbert ja Hixton (1991) märkisid, et uute ja unikaalsete indiviidide mõistmiseks kasutatakse vanu ja üldisi uskumusi ja see käib tajuja seisukohalt väga lihtsalt ja loomulikult. Üks põhiline vahend mulje kujunemisel on stereotüüpne mõtlemine. Kui me inimene kohtab kedagi, siis kõigepealt kategoriseerib, millisesse gruppi kuulub ja stereotüübid selle grupi kohta aktiveeruvad ja mõjutavad interpreteerimise protsessi ja kujundavad mulje selle isiku kohta (Bodenhausen & Macrae, 1998). Selline kategooriates mõtlemine piiritleb inimese tajumist kahel olulisel viisil – esiteks võimaldab juhtida tajumise sihtmärgiga seotud infotöötlust ja samas

võimaldab ka aktiveerida käitumuslikke ootusi ja ootusi iseloomujoonte suhtes, mis võimaldab hinnata ja kujundada tajumisobjektist oma mulje. Mulje kujunemist mõjutavad veel tajuja tähelepanu ressurss (Gilbert & Hixton, 1991) ja motivatsioon (Spencer, Fein, Wolfe, Fong & Dunn, 1998). Pendry ja Macrae (1996) on leidnud tõendeid, et stereotüüpide aktiveerimine on vahendatud tajuja ja tajumise objekti omavahelise seotusega.

Eneseesitlemine ehk mulje jätmine tähendab püüdu jälgida ennast ja kontrollida endast jäetavat muljet (Goffman, 1959; Schlenker 1980, tsit Leary, Nezelek, Downs, Radford-Davenport, Martin, & McMullen 1994, järgi). Mulje, mida soovitakse jätta, sõltub paljudest situatsioonilistest ja paigaga seotud näitajatest, samuti kehtivatest normidest ja rollidest, iseloomuomadustest ja väärtustest, mis on isikul, kellele soovitakse muljet jätta (Leary, 1993; Leary & Kowalski, 1990, tsit Leary, 1995 järgi). Näiteks püüavad inimesed teadlikult reguleerida oma käitumist tööintervjuudel ja esimestel kohtamistel. Inimene soovib jätta endast maksimaalselt head muljet.

Jones ja Pittman (1982, tsit Leary, 1995 järgi) kirjeldasid viit põhilist eneseesitamise strateegiat:

1. poolehoiu taotlemine,
2. enese reklaamimine,
3. enese eeskujuks toomine,
4. hirmutamine,
5. palumine.

### ***Enesehinnang ja tunnetatud võimekus ning nendevahelised seosed***

Lane, Lane ja Kyprianou (2004) selgitavad, et enesehinnang näitab, kui väärtuslikuks inimene ennast peab, kuivõrd ta enesele meeldib ja ennast hindab. Nende arvates on enesehinnang ja tunnetatud võimekus erinevad konstruktid. Tunnetatud võimekuse küsimuste abil saab teada kui võimekaks inimene ennast peab konkreetsete ülesannete lahendamisel ja tegutsemisel, tulemuste saavutamisel. Samas need tulemused võivad, aga ei pruugi mõjutada enesehinnangut. Kui inimene arvab, et ta on võimekas töölalasel, mille kaudu ta ennast väärtustab, siis ilmneb positiivne korrelatsioon enesehinnangu ja

tunnetatud võimekuse vahel (Bandura, 1997, tsit Lane, Lane & Kyprianou, 2004 järgi). Samas kui isik väärtustab end vähe töö kaudu, ei pruugi sellised sooseid esineda (Bandura, 1997, tsit Lane, Lane, Kyprianou, 2004 järgi). Bandura (1997, tsit Lane, Lane & Kyprianou, 2004 järgi) selgitab, et enesele meeldimine ei tekita edu saavutustes. Uurimistulemused näitavad, et enesehinnang ei ennusta isiklike eesmärkide valikuid ega sooritusedukust (Mone, Baker & Jeffries, 1995, tsit Lane, Lane & Kyprianou, 2004 järgi).

Lightsey, Burke, Ervin, Henderson ja Yee (2006) leiavad, et enesekohased uskumused võivad kujundada enesehinnangut. Näiteks inimese uskumus, et asjad on tema kontrolli all ennustab enesehinnangut ja vahendab tunnetatud diskrimineerimise ja enesehinnangu vahelist seost (Moradi & Hasan, 2004, tsit Lightsey, Burke, Ervin, Henderson & Yee, 2006 järgi), tunnetatud pädevus, kontroll ja autonoomia ennustavad enesehinnangut keskkooli õpilastel (Wiest, Wong, & Kreil, 1998, tsit Lightsey, Burke, Ervin, Henderson & Yee, 2006 järgi). Tunnetatud võimekus on üks viis, mille abil inimene tunneb, et tal on kontroll olukorra üle ja see võib mõjutada enesehinnangut (Eden & Kinnar, 1991; Sherer, Maddux, Mercandante, PrenticeDunn, Jacobs & Rogers, 1982; Woodruff & Cashman, 1993, tsit Lightsey, Burke, Ervin, Henderson & Yee, 2006 järgi).

Enesehinnangut saab mõõta mitmemõõtmeliselt (Bracken, Bunch, Keith & Keith, 2000; Fleming & Courtney, 1984). Rosenberg (1965, tsit Lightsey, Burke, Ervin, Henderson, Yee, 2006 järgi)) leidis, et enesehinnang on ühemõõtmeline – üldine enese väärtuse tunnetamine ja seda konstrukti mõistet toetavad ka Flemingi ja Courtney (1984, tsit Lightsey, Burke, Ervin, Henderson & Yee, 2006 järgi) analüüsid ja Corwyni (2000) tööd ning ka paljud teised uurimused (Pullmann & Allik, 2000; Tomas & Oliver, 1999, tsit Lightsey, Burke, Ervin, Henderson & Yee, 2006 järgi).

Bandura (1977) on käsitlenud inimeste sotsiaalset õppimist ja defineerinud sealjuures mõistet “tunnetatud võimekus”. Tunnetatud võimekus on veendumus, et indiviid suudab edukalt sooritada ülesande ja saavutada oodatud tulemuse (Bandura, 1977). Tunnetatud võimekuse mehhanismid mängivad kesksel rollil inimese tegevuses ja motivatsioonis (Bandura, 1981,1982, tsit Bandura & Cervone, 1983 järgi). Indiviidi poolt tunnetatud võimekus on põhialus, mille kaudu valitakse, mida teha, kui palju pingutada konkreetsetes

tegevuses ja kui pikalt pingutada (Bandura 1977; Brown & Inouye, 1978; Schunk, 1981; Weinberg, Gould & Jackson, 1979, tsit Bandura, Cervone, 1983 järgi).

Tunnetatud võimekust on defineeritud (Bandura, 1994) inimese uskumuseks enese võimelisuse kohta tegutseda, sooritada ülesandeid teatud tasemel, mis võimaldab rakendada kontrolli enese elus aset leidvate oluliste sündmuste üle. Bandura (1994) arvab, et tunnetatud võimekus määrab inimeste tundeid, mõtlemist, motivatsiooni ja käitumist. Uskumused enese võimekuse kohta avaldavad mõju neljale erinevale töötlusele – kognitiivsele, motivatsioonilisele, tundmuslikule ja valiku protsessile. Tundmuslik protsess reguleerib emotsionaalseid seisundeid, emotsionaalsete reaktsioonide esilekutsumist. Kognitiivsed protsessid hõlmavad informatsiooni omandamist, organiseerimist ja kasutamist. Motivatsioon tähendab aktivatsiooni tegutsemiseks. Motivatsioonitase peegeldub selles, milliseid tegutsemisviise valitakse ja pingutuse intensiivsuses ja järjepidevusest. Valiku protsess viitab sellele, et tunnetatud võimekus mõjutab seda, millise suuna elu võtab. Tunnetatud võimekus mõjutab seda, milliseid tegevusi ja keskkondi inimene enda jaoks välja valib. Inimene väldib olukordi ja situatsioone, kus ta enda arvates toime ei tule. Samas valib ta aga olukorrad, eesmärgid ja ülesanded, millega toime tuleb. Oma valikute tõttu arenevad välja teatud pädevused, huvid ja sotsiaalsed võrgustikud, mis mõjutavad inimest kogu tema elu. Karjääri valik, tööle minekuks ette valmistumine nii hariduslikult kui oskuslikult ja selle areng on just üks valdkond, mida tunnetatud võimekus mõjutab. Bandura (1994) leiab, et psühhosotsiaalsed oskused aitavad olla edukad karjääri tegemisel palju rohkem kui ametialased tehnilised oskused.

Bandura (1994) leiab, et kõrge tunnetatud võimekus parendab inimese eneseteostust ja isiklikku heaolu mitmel viisil. Näiteks inimesed, kes on kindlad enese võimetes leiavad, et rasked ülesanded on ületatavad väljakutsed, mitte ähvardavad ohud. Selline kasulik maailmavaade edendab sisemist huvi ja sügavat keskendumist oma tegevustes. Nad püstitavad endale proovilepane vaid eesmärgid ja säilitavad sügava pühendumise oma eesmärkidele. Kui eesmärgi saavutamine muutub kaheldavaks, siis nad suurendavad oma jõupingutusi. Läbikukkumiste ja tagasilöökkide järel suudavad nad kiiresti taastada oma usu enda tunnetatud võimekusse. Nad omistavad läbikukkumised ebapiisavale pingutamisele või teadmiste puudumisele. Kõrge tunnetatud võimekusega isikud suhtuvad ähvardavatesse olukordadesse kindlustundega, et nad suudavad asjad hoida

enese kontrolli all. Selline mõjus vaade enda kohta võimaldab Bandura (1994) arvates vähendada stressi ja eksponeeritust depressioonile ning toetab indiviidi isiklike saavutusi.

Bandura (1994) kirjeldab ka madala tunnetatud võimekuse võimalikke mõjusid. Inimesed, kes kahtlevad enda võimetes, väldivad raskeid ülesandeid, sest peavad neid ohtlikeks. Neil on madalad püüdlused ja nõrk pühendumus oma eesmärkidele. Puutudes kokku raskustega keskenduvad nad oma isiklikele puudujääkidele kui olulistele takistustele ja võimalikule ebaõnnele, selle asemel, et kontsentreerida oma tähelepanu edukale sooritamisele. Nad aeglustavad oma pingutusi ja annavad raskuste puhul kergesti alla. Peale ebaõnnestumisi ja tagasilööke läheb neil palju aega, et taastada oma usk enese võimekusse. Nad vaatlevad enese ebapiisavat tegevust ülesannete lahendamisel kui puuduvat taiplikkust või andekust. Bandura (1994) arvates kogevad nad sageli stressi ja depressiooni ning juba vähesed tagasilöögid mõjuvad nii, et nad kaotavad usu oma võimekusse.

Bandura (1994) arvates on tunnetatud võimekus arendatav neljal erineval viisil. Kõige efektiivsem viis on läbi kogemuste. Eduelamused ehitavad usku isiklikku võimekusse. Läbikukkumised õhnestavad. Kui edu tuleb kergelt, siis hakkab inimene ootama, et tulemused peavadki tulema kergelt. Kuid läbikukkumise korral väheneb usk enese võimekusse kiiresti. Paindlik tunnetatud võimekus eeldab, et ettetulevad väljakutsed ületatakse pidevate pingutuste abil. Ajutised tagasilöögid ja raskused on kasulikud, sest nende abil mõistetakse, et edu tuleb pideva ja sihikindla pingutamise järel. Teine viis arendada ja tugevdada tunnetatud võimekust on sotsiaalsete eeskujude kaudsed kogemused. Kui inimene näeb endaga sarnast isikut erinevate oludega toime tulemas kasvab usk enda võimesse sarnastes oludes hakkama saada. Mida suurem on tunnetatav sarnasus enese ja vaadeldava eeskuju vahel, seda veenvamad on vaadeldava isiku edu või läbikukkumine. Inimesed otsivad vilunud eeskujusid, kellel on need omadused, mille poole nad ise püüdleavad. Läbi nende eeskujude kogemuste, mõtlemiste ja käitumiste õpitakse olulisi oskusi ja strateegiaid heaks toimetulekuks. Selline õppimine tõstab omakorda tunnetatud võimekust. Kolmas viis arendada tunnetatud võimekust on läbi sotsiaalse veenmise. Inimesed, keda on verbaalselt veendud selles, et neil on olemas vajalikud võimed ja oskused, pingutavad rohkem ülesannete täitmisel ja tulevad toime

kahtlustega enese võimekuse kohta. Neljas viis muutmaks inimese tunnetatud võimekust on vähendada inimeste stressireaktsioone, tegelda nende negatiivsete emotsioonidega ja oma füüsiliste seisundite interpretatsioonidega.

VanVianen (1999, tsit Day & Allen, 2003, järgi) selgitab kooskõlas Bandura (1986, tsit Day & Allen, 2003, järgi) seisukohtadega, et tunnetatud võimekus on dünaamiline, seda saab otseselt muuta ja see seondub kindlate tegevusvaldkondadega. VanVianen (1999, tsit Day & Allen, 2003, järgi) leiab sarnaselt Bandurale (1994), et tunnetatud võimekus on kujundatud nelja infoallika poolt, milleks on isiklikud saavutused, teiste kogemused, suuline veenmine ja füsioloogilised seisundid ja reaktsioonid.

Bandura (1997, tsit Lane, Lane & Kyprianou, 2004 järgi) arutles, et ootus oma võimekuse kohta mingi ülesande sooritamisel võib mõjutada enesehinnangut sel juhul, kui edu või ebaedu on tihedalt seotud ensevääriskusega. Mõned uurimused on näidanud et enesehinnang on seotud muutustega tunnetatud võimekuses (Dodgson & Wood, 1998; Lane, Jones & Stevens, 2002, tsit Lane, Lane & Kyprianou, 2004 järgi). Lane, Lane ja Kyprianou (2004) leiavad, et igasugune põhjuslikkus nende kahe konstrukti vahel on vaieldav. Lane, Lane, Kyprianou (2004) otsivad oma uurimuses seoseid enesehinnangu ja tunnetatud võimekuse vahel ning nende mõju akadeemilisele sooritusele. Uurimuses leiti, et enesehinnang korreleerub tunnetatud võimekusega.

Lightsey, Burke, Ervin, Henderson ja Yee, (2006) leiavad, et nii üldine tunnetatud võimekus kui ka enesehinnang on psühholoogilise funktsioneerimise seisukohast olulised. Nende vahelised seosed aga tekitavad küsimusi – kas enesehinnang ja üldine tunnetatud võimekus korreleeruvad mõõdukalt (Sherer, Maddux, Mercandante, PrenticeDunn, Jacobs & Rogers, 1982; Woodruff & Cashman, 1993, tsit Lightsey, Burke, Ervin, Henderson & Yee, 2006 järgi) või on erinevad ja nende vahelised seosed on erinevates uurimustes erinevad (Avery, 2003; Chen, Gully & Eden, 2004; Dieserud, Roysamb, Braverman, Dalgard & Ekeberg, 2003, tsit Lightsey, Burke, Ervin, Henderson & Yee, 2006 järgi). Kontseptuaalselt on nad erinevad – enesehinnang viitab emotsionaalselt laetud üldisele eneseväärtusele, üldine tunnetatud võimekus aga uskumusele enese pädevuse kohta (Smith, 1989, tsit Lightsey, Burke, Ervin, Henderson & Yee, 2006 järgi).

Lightsey, Burke, Ervin, Henderson & Yee, (2006) uurisid enesehinnangu ja üldise tunnetatud võimekuse vahelist seost. Nad kontrollisid hüpoteesi – kas üldine tunnetatud võimekus ennustab enesehinnangut tulevikus. Tulemused näitasid, et enesehinnang ja üldine tunnetatud võimekus on erinevad konstruktid ja üldine tunnetatud võimekus võib mängida teataval määral rolli enesehinnangu arengus. Järeldustes leitakse, et enesehinnang ei ennusta üldist tunnetatud võimekust, kuid tunnetatud võimekus võib ennustada muutusi enesehinnangus ja seega võib üldise tunnetatud võimekuse kasv eduelamuste ja kogemuste tulemusena parandada enesehinnangut (Lightsey, Burke, Ervin, Henderson, Yee, 2006).

Uurimustest on leitud, et enesehinnang ja tunnetatud võimekus on küll erinevad konstruktid, kuid korreleeruvad omavahel  $r = 0,75$  (Chen, Gully & Eden, 2000; Eden & Aviram, 1993). Day ja Allen (2003) argumenteerivad, et enesehinnang on pigem püsiv omadus, seevastu tunnetatud võimekus on paindlik ja muudetav. Judge, Eres ja Bono (1998) defineerivad üldist tunnetatud võimekust kui indiviidi tunnet, kuivõrd ta suudab toime tulla mitmete erinevate olukordadega. Ülesande spetsiifiline tunnetatud võimekus aga keskendub konkreetsele ülesandele. Seega leiavad Judge, Eres, Bono (1998), et üldine ja spetsiifiline tunnetatud võimekus erinevad üksteisest. Chen, Gully ja Eden (2001) töötasid välja skaala tunnetatud võimekuse mõõtmiseks – *New General Self-Efficacy Scale*. Eden (2001) defineeris üldist tunnetatud võimekust kui indiviidi oskust tegutseda erinevates saavutusi nõudvates olukordades. Chen, Gully ja, Eden (2001) leiavad, et üldine tunnetatud võimekus baseerub varasema elu jooksul kogetud edul ja ebaedul.

### ***Mulje kujundamine***

Leary (1995) kirjeldab erinevaid tasemeid, millel inimene jälgib muljet, mida ta teistele jätab:

1. inimene ei ole üldse teadlik, millise mulje ta jätab,
2. isik on teadlik teiste reaktsioonidest ja jälgib alateadlikult endast jäetavat muljet,
3. inimene pöörab tähelepanu endast jäetavale muljele,
4. mulje on täisfookuses, isik on keskendunud endast jäetavale muljele.

Kuigi inimesed suudavad kohandada oma mitteverbaalset käitumist üsna efektiivselt eneseesitamise eesmärgil, võib ette tulla ka ebaõnnestumisi. Inimesed püüavad jälgida ennast, et kui nad ütlevad midagi kohatut, siis saavad kohe parandada ja hea mulje jätta. Samas aga ei näe nad ise oma nägu ega kuule oma häält samamoodi kui tema kuulajad (Buck, 1989). Inimestel, kes on emotsionaalsed, on raske varjata oma tugevaid tundeid olukordades, kus neid ei oleks soovitatav väljendada.

Ekstravertsus ja väljendusrikkus on käitumuslikult ja ka pelgalt kuuldavalt jälgitav ja hinnatav. Uurimused on näidanud, et hindamiseks on vaja väga väikest infolõiku, et teha paikapidavaid otsustusi. Väike grupp inimesi, kes kõik olid omavahel võõrad, istusid vaikselt ringis ja kirjutasid üles oma mulje teiste kohta. Nad hindasid teiste ekstravertsust ja said paikapidavad tulemused (Albright, Kenny & Malloy, 1988, tsit Gilbert, Fiske & Lindzey, 1998 järgi). Samuti saadi häid tulemusi uurimuses, kus inimesed pidid hindama üheminutilise videolõike (Borkenau & Liebler, 1992, 1993, tsit Gilbert, Fiske & Lindzey, 1998 järgi). Ka teised sotsiaalselt tähtsad omadused nagu eneseesitamine, domineerimine, hoolivus, mängulisus tunduvad olevat seotud mitteverbaalsete märkidega ja seega on neid kergem vaadelda. Individuaalsed omadused nagu saavutusele suunatus, autonoomia, korraarmastus, arusaamisvõime jms ei ole nii nähtavalt hinnatavad (Gifford, 1994).

### ***Stereotüübid ja mulje kujunemine***

Isikutaju hiljutised mudelid eristavad kahte mulje kujunemise protsessi strateegiat (Brewer, 1988; Fiske & Neuberg, 1990). Ühes äärmuses võib hinnang põhineda pelgalt oletusel isiku mingisse kategooriasse kuuluvusel, ilma et pöörataks tähelepanu isiku kindlatele käitumisviisidele. Teises äärmuses võib otsustus põhineda vaid indiviidi üksikiseloostusel ilma kategooriaalset kuuluvust arvesse võtmata. Kategooriaalse kuuluvuse põhjal otsustamine nõuab vähem protsessile keskendumist ja/või motivatsiooni kui eristavate joonte arvesse võtmine (Brewer, 1988, Bodenhausen, 1990, 1993; Fiske & Neuberg, 1990; McRae, Milne & Bodenhausen, 1994).

### ***Mõjustamistehnikad***

Cialdini (1993) liigitas mõjustamistehnikad seitsme printsiibina, millest üks on meeldivus (*liking*). Selleks, et edukalt läbida kõrge eneseesitamisevajadusega olukord, näiteks tööintervjuu või esimene kohtamine, tuleb isikul vestluspartnerile meeldida.

Sarnane vestluspartner mõjub veenvamalt ja meeldivamalt, kuna inimesed kalduvad otsima neile sarnaste inimeste heakskiitu enam kui mittesarnaste oma. Kuulajatele võib isik meeldida mitmel erineval põhjusel. Näiteks sarnasus (Byrne, 1971; Rokeach, 1960), füüsiline atraktiivsus (Berscheid & Walster, 1974) ja tuttavlikkus (Sherif & Sherif, 1953; Zajonc, 1968) tõstavad isiku meeldivust ja veenmisvõimet. Seega peaks hindaja endale sarnast kandidaati pidama meeldivamaks. Mõned inimesed ei pea ennast meeldivaks ja pole endaga rahul, seega ei pruugi neile meeldida enda sarnane inimene, sest nad näevad temas enda nõrku külgi ja saamatust.

Eksperimentaalsed tõendid viitavad sellele, et inimeste mitteverbaalsed käitumised on mõjutatud eneseesitamise võimalustest ja ka vestluspartneri käitumisest (Baumeister, Hutton, & Tice, 1989, tsit Gilbert, Fiske & Lindzey, 1998 järgi). Tajuja jälgib oma seisukohast lähtuvalt teise inimese hoiakuid ja tundeid ning nende väljendamist ning kõrvutab, samastab neid iseenese hetkel kogetavate tunnete ja hoiakutega ja samastab neid isegi rohkem, kui need tunded ja hoiakud tegelikult omavahel haakuvad (Gilbert & Mallone, 1995; Jones, 1990; tsit Gilbert, Fiske, Lindzey, 1998 järgi). Inimesed nii sotsiaalse näitlejana ennast esitades kui ka sotsiaalse tajuja kalduvad alahindama eneseesitamist. Kui teisel inimesel on oluline osa suhtlemissituatsioonis, siis reguleeritakse väljendusrikast käitumist kooskõllaliselt. Näiteks üliõpilase kiitmisel, kui ta on midagi saavutanud, on kiitja näoilme erinev tavapäraest suhtlemissituatsioonidest, ning näost näkku kommunikatsiooni käigus vaadatakse rohkem silma võrreldes kaugema distantsiga suhtlemissituatsioonidega (Feldman, 1976, tsit Gilbert, Fiske, Lindzey, 1998 järgi). Situatsioonilised tegurid määravad, milline eneseesitus on kohane. Näiteks ekspertide ja ülemustega suheldakse ühel viisil ja eakaaslaste ja sõpradega teisel viisil.

Dion, Berscheid ja Walster (1972, tsit. Reis, Wheeler & Nezlek, 1980 järgi) kirjeldasid sotsiaalset stereotüüpi – see mis on ilus, on ka hea. Ka välimuse poolest võivad kaks suhtlemispartnerit olla sarnased, sageli hinnatakse teisi lähtudes enese arusaamadest sobiva riietuse kohta. Füüsiline atraktiivsus ja hinnang enesele ning vestluspartnerile

eneseesitamist nõudvas olukorras aga kajastab rohkemat kui vaid riietust, selle all mõeldakse ka üldmuljet ja isiklikku meeldivust.

Reis, Wheeler ja Nezlek (1980) selgitavad, et ilusatel inimestel on rohkem sotsiaalseid kontakte. Berscheid (1985, tsit Swim, Borgida, Maruyama & Myers, 1988 järgi) tõdes, et atraktiivsemaid inimesi hinnatakse meeldivamaks kui vähem atraktiivsemaid. Wallston & O'Leary (1981, tsit Swim, Borgida, Maruyama, Myers, 1988 järgi) väitsid, et atraktiivsus on naiste jaoks olulisem kui meeste jaoks.

Isikutaju hilisemad mudelid eristavad kahte erinevat töötlusstrateegiat mulje kujunemisel (Brewer, 1988; Fiske & Neuberg, 1990, tsit Higgins & Kruglanski, 1996 järgi). Ühes äärmuses tehakse otsustused, rajanedes isiku kategooriaalsest asetusest isiklikus tähendustesüsteemis, pööramata erilist tähelepanu isiku erinevatele omadustele. Teisest küljest võidakse teha otsustused, lähtudes ainult isiku individuaalsetest omadustest, pööramata tähelepanu laiemale kategooriale, kuhu isik võiks kuuluda. Uurijad arvavad, et otsustused, mis põhinevad üldisematel kategooriatel, nõuavad vähem töötlusvõimet ja motivatsiooni (Brewer, 1988; Bodenhausen, 1990, 1993; Fiske & Neuberg, 1990; McRae, Milne & Bodenhausen, 1994, tsit, Higgins & Kruglanski, 1996 järgi).

Kuna naised on üldiselt väljendusrikkamad, siis suudavad nad ka teiste väljendusrikkast käitumist tähele panna, kuid ei suuda eristada näiteks valetamist. Kui teised inimesed väljendavad oma tundeid ja väärtushinnanguid, suudavad naised neid paremini tähele panna ja kirjeldada seda, mis nad tajusid kooskõlas selle sõnumiga. Kui keegi kirjeldab teist inimest väga positiivsest küljest, siis naised kirjeldavad hiljem seda isikut meeldivamana kui mehed. Kui kirjeldus on usaldusväärne, siis naised on hinnanud teist inimest õigesti, kuid kui kirjeldus oli petlik, siis nad eksivad oma hinnangul rohkem (DePaulo, Epstein & Wiyer, 1993; Rosenthal & DePaulo, 1979a,b, tsit, Gilbert, Fiske & Lindzey, 1998 järgi).

### *Veenmine*

Simons (2001) defineerib veenmist kui inimekommunikatsiooni kavatsusega mõjutada teiste indiviidide autonoomseid otsuseid ja käitumist. Veenmine on ettekatsetud mõjutamine, mis otsib võimalust, kuidas muuta teiste mõtteviisi, tunnetust ja käitumist. Veenmisel on ka etapid, kõigepealt tuleb saavutada tähelepanu, siis keskenduda sõnumile (kuulatakse, vaadatakse), tagada kaasahaaratus ja arusaamine ning lisaks ülekordamine, hilisem meenutamine. Töökonkursil peab kandidaat veenma tööandja esindajat, et just tema on sobiv sellele kohale.

Vastuvõtjakeskne lähenemine veenmises tähendab vastavalt Simonsile (2001), et see on kuulaja terminites, situatsioonitundlik, st arvestab sellega, et inimesed eri situatsioonides reageerivad erinevalt. Veenja rõhutab oma ekspertsust ja usaldusväarsust. Ta esitab vastandlikke teemasid nii, et inimesed on kaasahaaratud, juhib kuulajad ihaldatava käitumiseni või järeldesteni, näidates end arukana ja pakkudes psühholoogilist tasu, kasutab täielikult ära suhtlemisostust.

Vastavalt Hovlandile, Janisele ja Kelley'le (1953, tsit Petty & Cacioppo, 1981 järgi) on edukalt esitatud sõnum kõigepealt tähelepanu äratav ja siis hästi aru saadav.

Hall ja Friedman (1999) uurisid meeste ja naiste diaadide mitteverbaalset käitumist. Nad jälgisid näiteks visuaalset dominantsust – mil määral vaadatakse silma rääkimise vs kuulamise ajal, väljendusrikkust ja soojust – naeratus jms. Uurimuse tulemusel leidsid nad, et kõrgema staatusega naised naeratasid rohkem, seevastu mehed naeratasid vähem. Naisi tajuti soojemana, sest nad katkestasid teist kõnelejat vähem, naeratasid rohkem ja nende häält hinnati meeldivaks. Tulemustest järeldati, et mitteverbaalsed soolised erinevused on suhteliselt püsivad erinevas vanuses ja raamistus. Mitteverbaalsed staatuse korrelaadid on kompleksed ja on mõjutatud soost, motivatsioonist ja rollide määratlusest. Mitteverbaalseid soolisi erinevusi staatuse väljendamises saab kõrvutada meeste ja naiste organisatsioonilise staatusega.

Hall ja Friedman (1999) lasid ühel katseisikute grupil hinnata diaadi suhtlemist videolindilt, kus hääl oli välja lülitatud. Vaatlejad hindasid 9-punktilisel skaalal järgmisi omadusi: alistuv/domineeriv, rahulik/närveeriv, väljendusrikas/mitteväljendusrikas, sõbralik/ebasõbralik.

Teine katseisikute grupp kuulas helisalvestist ja pidi hindama 9-punktilisel skaalal järgmisi omadusi: külm/soe, sõbralik/ebasõbralik, meeldiv/ebameeldiv, rahulik/närveeriv, pinges/lõdvestunud, alistuv/domineeriv, madala staatusega/kõrge staatusega, tugev/nõrk, ebamugav/mugav. Skaalade reliaablus video vaatamisel jäi vahemikku 0,53 –0,82, helisalvestise kuulamisel 0,9. Ebasõbralik/sõbralik ühendati ebameeldiva/meeldivaga tugeva omavahelise korrelatsiooni alusel, domineerivus korreleerus staatusega.

Rudman (1998, tsit Carli, 1999 järgi) selgitab, et tagasihoidlikke naisi tajutakse meeldivana, kuid mitte kompetentsena. Naised on seega valiku ees, kas olla tagasihoidlikud ja meeldivad või esitleda ennast kompetentsena ja kogeda tagasilükkamist. Foschi, Lai ja Sigerson (1994, tsit Carli, 1999 järgi) viisid läbi uurimuse, kus lasksid tudengitel valida kaastöölist üliõpilaslinnakusse, siis selgus, et nii mees- kui naistudengid eelistasid meest, kui tegu oli võrdsete kandidaatidega ja mehed valisid mehe isegi siis, kui tema oskused olid väiksemad.

### ***Väljendusrikkus ja individuaalne karismaatilisus***

Väljendusrikkus on mitteverbaalsete käitumiste intensiivsuse, tunnete, kujundite, dünaamika nähtav varieerimine (Friedman, Prince, Riggio, DiMatteo 1980; Gallaher, 1992; Halberstadt, 1991, Manstead, 1991). Individuaalsed erinevused väljendusrikkuses on seotud kiindumuse, empaatia, mõjususe väljendamisega ja professionaalse eduga. Väljendusrikkad inimesed on ekstravertsemad, domineerivamad, impulsiivsemad, mängulisemad ja ka populaarsemad.

Väljendusrikkust on ka defineeritud teiste inimeste kaudu ehk mil määral isik tundub teistele väljendusrikas ning kuivõrd käitub vabalt (DePaulo, Blank, Swain, Hairfield, 1992) ja karismaatiliselt (Friedman, Riggio, & Casella, 1988; Friedman et al., 1980 ).

Mõned käsitlused sisaldavad lisaks mitteverbaalsele väljendusrikkusele ka verbaalset väljendusrikkust (Abrami, Leventhal & Perry, 1982 tsit Gilbert, Fiske & Lindzey, 1998 järgi).

Väljendusrikkad inimesed suudavad haarata tähelepanu (Sullins, 1989, tsit Gilbert, Fiske & Lindzey, 1998 järgi). See võib omakorda mõjutada nende kaaslast ilmutama väljendusrikkust ja aru saama enda tunnetest ning olema empaatilisem (Buck, 1989, tsit Gilbert, Fiske & Lindzey, 1998 järgi). Mitteverbaalselt väljendusrikkad isikud eristuvad suure tõenäosusega teistest ja mõjutavad teisi tugevamalt (Whitney, Sagrestano & Maslach, 1994, tsit Gilbert, Fiske & Lindzey, 1998 järgi). Võib oletada, et väljendusrikkamad inimesed mõjuvad meeldivamalt ja populaarsemalt seetõttu, et nad tunduvad avatumad ja seetõttu ka tuttavlikumad. Kuid mõned väljendusrikkad isikud ei ilmuta spontaanselt oma tundeid vaid teesklevad veenvaid tundeid, mida nad tegelikult ei koge. Nad on justkui head näitlejad (Buck, 1975; Friedman et al., 1980; Tucker & Riggio, 1988; Zuckerman, Hall, DeFrank, & Rosenthal, 1976; Zuckerman, Larrance, Hall, DeFrank & Rosenthal 1979). Kõige paremad suhtlejad suudavad olla mitteverbaalselt tähelepanelikud, väljendusrikkad, kontrollitud ja motiveeritud muljet avaldama. Kuid väljendusrikkus ei ole täielikult kontrollitav.

Isikute vahelist väljendusrikkust võib jälgida ka näoväljendustest. Näoga antud tagasiside moduleerib emotsioonide väljendamist (Adelmann & Zajonc, 1989, tsit Gilbert, Fiske, Lindzey, 1998 järgi).

Eneseesitamise seisukohalt on olulised indiviidide erinevad omadused nagu näiteks füüsiline atraktiivsus, avalik eneseteadlikkus ja heakskiidu vajadus. Need kõik ennustavad mitteverbaalse käitumise kaalutletud reguleerimist eneseesitluse eesmärgil (DePaulo, 1991, 1992, tsit Gilbert, Fiske & Lindzey, 1998 järgi).

Väljendusrikkaid inimesi hinnatakse atraktiivsemateks (DePaulo et al., 1992, Friedman, Riggio & Casella, 1988; Larrance & Zuckerman, 1981; Riggio, 1986; Sabatelli & Rubin, 1986, tsit Gilbert, Fiske & Lindzey, 1998 järgi).

Personaalse karismaatilise uuringutes, mis käsitlesid atraktiivsust ja väljendusrikkust selgus, et väljendusrikkus on füüsilisest atraktiivsusest olulisem karismaatilise esmamulje loomisel (Friedman et al., 1988, tsit Gilbert, Fiske & Lindzey, 1998 järgi). Pelgalt piltide põhjal hinnatakse näiteks inimest tavaliseks ja lihtsaks, aga vestluse esimeste minutite jooksul juba karismaatiliseks.

### ***Huumor veenmises***

Little (2001) püüdis empiirilisel uurida, millal huumor toetab ja millal ei toeta veenmist. Ta leidis mõningat kinnitust oma hüpoteesidele. Tema uurimuses kasutati huumorit kõne vürtsitamiseks. Huumori lisamine või ärajätmine ei andnud suurt efekti. Erinevate huumorivormide puhul ei ilmnenud ka olulist efekti – näiteks koomikspiltide näitamine ei muutnud kõnelejat kuulajate meelest naljakamaks. Irooniliste teravmeelsuste eemaldamise efekt osutus aga tugevamaks, viidates, et iroonia on mingis mõttes veenmisprotsessis kasulik. Antud uurimuses küsitakse, kas töötaja peab oluliseks tööintervjuul olla humoorikas ja mänguline.

Iroonia ja veenmise vaheline seos on leidnud ka varasemat kinnitust. On leitud (Giora & Fein, 1999), et iroonia mõjutab infotöötlusprotsessi ja seega toimib segajana ning segavad ülesanded ei lase mõttesse tulla vastuargumentidel (Osterhouse & Brock, 1970). Suuline huumor hõivab kuulajad infotöötlusega ja aitab veenmisele kaasa.

Veenmise ja huumori vahel on leitud palju seoseid ja püütud neid seoseid ka põhjendada. Näiteks olukorras, kus teema pole kiireloomuline ja oluline kalduvad inimesed usaldama teisi heuristilisi faktoreid nagu allika omadused ja situatsioonilised tegurid.

Need heuristilised ja kõrvalised tegurid on:

1. allika usaldusväärsus nii ekspertsuse (Hennigan, Cook & Gruder, 1982) kui omakasu motiivide puudumise (Eagly & Chaiken, 1975) tõttu.
2. allika meeldivus nii atraktiivsuse (Mills & Harvey, 1972) kui sarnasuse (sarnasus kuulajaga) (Mackie & Worth, 1989) tõttu.
3. situatsioonilised tegurid nagu ilm ja mugav olemine (Jorgensen, 1998).

Varasemad uurimused on oletanud, et huumoriga saab kompenseerida nõrku argumente (Cline & Kellaris, 1999). Huumor võib olla efektiivne veenmisel ka seetõttu, et tekitab positiivset afekti (Kuiper, McKenzie & Belanger, 1995). Vastavalt veenmisteooriale, isikud, kes on heas tujus, on veenvale sõnumile vastuvõtlikumad (Freedman, Sears, & Carlsmith, 1978) ja kalduvad usaldama kõrvalisi vihjeid (Bless & Schwarz, 1999).

Kuidas aga võib huumor tõsta allika meeldivust? Näiteks veenja huumorivalik võib sarnaneda kuulajaga ja tõsta kõneleja meeldivust, sest viitab sarnastele sisemistele väärtustele (Meyer, 1997). Huumor võib tekitada mõnusa meeleolu, mis attributeeritakse allikale (Sinclair, Mark, & Clore, 1994).

Huumor võib osutada ka seetõttu efektiivseks veenmise toetajaks, et blokeerib süstemaatilist tsentraalset informatsioonitöötlust ja segab sõnumite saajate vastuargumentide konstrueerimist (Osterhouse & Brock, 1970). See efekt on leidnud korduvalt kinnitust (Romero, Agnew & Insko, 1996). Näiteks iroonia korral on antud efekt eriti tugev. Et irooniast aru saada, peab töötleva ülddist väite konteksti ja samuti ka selle iroonilist tähendust (Giora & Fein, 1999).

Hampes (1999) näitas, et huumor tõstab efektiivselt allika usaldusväarsust. Näiteks inimesed, kes räägivad või vähemalt tunduvad rääkivat vastuolus nende isiklike huvidega, saavutavad kõrge usaldusväarsuse (Walster, Aronson & Abrahams, 1966).

### ***Kontrollikese***

Sotsiaalse õppimise teooriast on välja kasvanud mõiste – kontrollikese (Rotter, 1954, 1966). Indiviidid erinevad üksteisest kontrollikeskme poolest. Kontrollikese väljendub selles, mida inimesed arvavad oma edu või ebaedu põhjusteks. Näiteks välise kontrollikeskme inimesed põhjendavad oma tegevuse tulemusi, oma edukust või ebaedu – kas õnnega, saatusega, teiste inimeste jõu ja abiga või hoopis keerukate, tundmatute, kontrollimatute jõududega. Seevastu seesmise kontrollikeskme inimesed seostavad oma saavutusi enese käitumise ja isikuga. Rotteri (1966) arvates viitab kontrollikese sellele, mil määral indiviid tajub kontrolli oma elus aset leidvate sündmuste üle. Seesmise kontrollikeskme inimesed tunnetavad, et neil on parem kontroll oma käitumise, edu ja ebaedu üle ja nad tunnevad, et suudavad mõjutada oma elu ja ka teisi

inimesi. Nad eeldavad, et nende pingutusi saadab pigem edu. Rotter (1966) leiab, et seesmise kontrollikeskme ja inimesi iseloomustavad kaks olulist omadust: kõrge saavutusmotivatsioon ja madal väljapoole-suunatus. Rotter (1966) koostas ka 23 väitelise kontrollikeskme skaala, mis on levinud ja kättesaadav ka eesti keeles. Kontrollikeskme viitab suhteliselt stabiilsele indiviidi veendumuste kogumile, et isiku enda ja teiste inimeste tegevus, sündmuste ja olukordade tagajärjed on omavahel seotud (Walker, 2001, tsit. Kullasepp, 2002 järgi). Judge, Erez, Bono ja Thoresen (2002) leidsid oma uurimuses, et enesehinnang, kontrollikeskme ja üldistatud tunnetatud võimekus on omavahel tugevalt seotud. Koivula (1998) leiab, et välise ja seesmise kontrollikeskme isikud erinevad üksteisest ka informatsiooni töötamise võimelisuse poolest. Tundub, et seesmise kontrollikeskme isikud võrreldes välise kontrollikeskme isikutest, töötlevad infot kvaliteetsemalt ja otsivad aktiivselt ja pööravad rohkem tähelepanu olulisele infole, samuti suudavad nad rohkem infot omandada ja säilitada ning ka kasutada adekvaatselt.

### **Kokkuvõte**

Varasemates uurimustes on leitud, et vaatluste, info ja käitumise ning veel palju muu tulemusena kujundatakse mulje. Mulje kujunemine toimub vahetult ja kiiresti.

Feldman (1976, tsit Gilbert, Fiske & Lindzey, 1998 järgi) on leidnud, et situatsioonilised tegurid määravad, milline eneseesitus on antud ajahetkel kohane. Ekspertide ja ülemustega suheldakse ühel viisil ja eakaaslaste ja sõpradega teisel viisil. Lähtudes eelmainitud seisukohast leitakse ka antud uurimuses, et nii töötajal kui ka värbajal on ettekujutus, mis tööintervjuul toimub, milline on tööintervjuu suhtlemissituatsioon ja milline eneseesitus on kohane. Vastavalt sellele ettekujutusele valitakse suhtlemisviis ning vastavalt sellele ettekujutusele hinnatakse, kas üks või teine käitumine on oluline tööintervjuul.

Antud uurimus koondab mõningatest eneseesitamise, mulje kujunemise ja veenmise uurimustest kogutud tegevusi või omadusi, mille abil inimene võib üritada suhtlemissituatsioonides edu saavutada. Tegevuste alla kuuluvad vestluspartneri poolehoiu taotlemine, enese reklaamimine, palumine, enda eeskujuga rõhutamine, endast

jäetava mulje kontrollimine, väljendusrikas kõnelemine jne. Mõningaid tegevusi saab nõ ette valmistada, teisi on aga teadlikult raske kontrollida. Märksõnade alla kuuluvad näiteks huumor, riietus jne. Andmete kogumine antud vallas näitab, milliseid tegevusi inimene sellises suhtlemissituatsioonis nagu tööintervjuu oluliseks peab.

Buck (1984) leidis, et inimesed suudavad kohandada oma mitteverbaalset käitumist eneseesitamise eesmärgil. Omadused nagu väljendusrikkus, domineerimine, hoolivus, mängulisus tunduvad olevat seotud mitteverbaalsete märkidega, kuid need on sotsiaalselt olulised ja neid on varasemates uurimustes hinnatud ja leitud, et nende abil on võimalik teha paikapidavaid otsustusi (Albright, Kenny & Malloy, 1988; Borkenau & Liebler, 1992, 1993, tsit Gilbert, Fiske & Lindzey, 1998 järgi). Uurimused näitavad, et sarnasus (Byrne, 1971; Rokeach, 1960), füüsiline atraktiivsus (Berscheid & Walster, 1974) ja tuttavlikkus (Sherif & Sherif, 1953; Zajonc, 1968) tõstavad isiku meeldivust ja veenmisvõimet. Eelmainitud omadused ja tegevused on lülitatud uurimuse raames koostatud küsimustikku.

Leary (1995) arvates püüavad inimesed jälgida endast jäetavat muljet erinevatel tasanditel – mõni ei jälgi, mõni jälgib alateadlikult, mõni pöörab tähelepanu ja mõni on keskendunud endast jäetavale muljele. Antud uurimuses küsitakse töötajalt, millisel tasandil peaks nende arvates töötaja jälgima endast jäetavat muljet.

Isikutaju hiljutised mudelid on eristanud kahte strateegiat (Brewer, 1988; Fiske & Neuberg, 1990). Hinnang või mulje kujundatakse lähtudes isiku mingisse kategooriasse kuuluvusest või siis kujundatakse mulje käitumisviise jälgides. Üheks kategooriaks võib olla näiteks staatus. Uurimuse raames küsitakse vastajatelt, kui oluliseks nad peavad tööintervjuul oma staatuse väljendamist.

Goffmani (1959) leidis, et inimestel on enne sündmust ettekujutus, mis toimuma hakkab ja mida ta tegema hakkab. Ka antud uurimuses oletatakse, et inimesel on enne tööintervjuud ettekujutus, mis toimuma hakkab, milline tegevus antud olukorras on edu saavutamiseks oluline. Bandura (1994) selgitas, et üldine tunnetatud võimekus on inimese uskumus enese võimelisuse kohta tegutseda, sooritada ülesandeid teatud tasemel, mis omakorda võimaldab rakendada kontrolli enese elus aset leidvate oluliste sündmuste

üle. Ettevalmistus ja teadmine, mis hakkab tööintervjuul juhtuma, võib pakkuda teataval määral kontrolli tunnetust ja enda võimekuse tajumine enne suhtlemissituatsiooni võib tähendada seda, et ta teeb kõik, mis on tema võimuses, et ennast edukalt esitada. Seetõttu on lülitatud antud uurimusse ka skaalad enesehinnangu, kontrollikeskme ja üldise tunnetatud võimekuse kohta, et otsida seosed nende omaduste ja vastajate seisukohtade vahel. Töötajate hoiakud eelmainitud küsimuses võivad mõju avaldada nende tegelikule ettevalmistusele tööintervjuuks. Samas hea ettevalmistus, selge eneseväljendus ning pakutava töö seisukohast oma heade omaduste välja toomine võib mõjutada töötaja edukust antud konkursil.

## **EMPIIRILINE UURIMUS**

### **Eesmärk ja hüpoteesid**

#### *Eesmärk*

Uurimuse eesmärk on selgitada välja vastajate arvamus, kuivõrd oluline on tööintervjuul erinevad eneseesitamist, veenmist ja mulje kujundamist puudutavad tegevused ja omadused, mis põhinevad varasematel teoreetilistel uurimustel. Võrreldakse nii tööotsijate eneste kui ka personalitöötajate arvamusi, töötavate ja mittetöötavate tööotsijate arvamusi ning meeste ja naiste arvamusi. Seejärel võrreldakse vastajaid järgmiste omaduste lõikes – seesmise ja välise kontrollikeskme vastajad, kõrge ja keskmise ning madala enesehinnanguga vastajad ning kõrge ja keskmise ning madala üldise tunnetatud võimekusega vastajad. Uurimuses vaadeldakse ka tunnetatud võimekuse, kontrollikeskme ja üldise tunnetatud võimekuse vahelisi seoseid.

#### *Hüpoteesid*

1. Kõrge enesehinnanguga inimesed peavad mulje kujundamist olulisemaks kui madala enesehinnanguga inimesed.
2. Seesmise kontrollikeskme vastajad peavad mulje kujundamist olulisemaks, kui välise kontrollikeskme inimesed.
3. Kõrge tunnetatud võimekusega inimesed peavad mulje kujundamist olulisemaks, kui madala tunnetatud võimekusega inimesed.
4. Personali värbajate ja tööotsijate ning erineva soo, töötavate või mittetöötavate inimeste arvamus erinevate mulje kujundamise aspektide kohta on erinevad.

#### **Meetod**

### **Mõõtmisvahendid**

Andmete kogumiseks moodustati küsimustik, mille abil küsiti vastajalt, kui oluliseks nad peavad tööintervjuul erinevaid eneseesitamist, mulje kujundamist, veenmist, mõjustamist puudutavaid tegevusi või omadusi. Lisaks paluti vastajatel täita enesehinnangu skaala, tunnetatud võimekuse skaala ning kontrollikeskme skaala. Need skaalad on eesti keelde kohandatud ja neid on ka korduvalt uurimustes kasutatud. Enesehinnangu, tunnetatud võimekuse ja kontrollikeskme skaala võimaldasid uurimuses osalejaid iseloomustada eelmainitud omaduste lõikes ja vaadelda, kuivõrd need omadused on seotud vastajate hinnangutega, kuivõrd üks või teine tegevus või omadus on tööintervjuul oluline.

Uurimuses kasutati:

1. Enesehinnangu skaala (Rosenberg, 1965)
2. Tunnetatud võimekuse skaala (Chen, Gully & Eden, 2001).
3. Kontrollikeskme skaala (Rotter, 1996)

#### **Enesehinnangu skaala**

Enesehinnangut mõõdeti Rosenbergi (1965) enesehinnangu *General self esteem scale* skaalaga, mis mõõdab üldist eneseväärtustamist. Küsimustik koosneb 10 väitest, millest 5 on pööratud. Pööratud väited on 3, 5, 8, 9, 10. Igat väidet hinnatakse skaalal järgmiselt: 1 – täiesti vale, 2 – üldiselt vale, 3 – üldiselt õige, 4 – täiesti õige. Tennokese (2005) on saanud eesti versiooni kasutades *Cronbach'i*  $\alpha = 0,81$ . Käesolevas uurimuses on selle küsimustiku reliaablus *Cronbach'i*  $\alpha = 0,81$ .

#### **Tunnetatud võimekuse skaala**

Chen, Gully ja Edeni (2001) skaala mõõdab üldist tunnetatud võimekust *New General Self-Efficacy Scale*. Küsimustik koosneb 8 väitest, mida hinnatakse Likerti tüüpi 7-pallilisel skaalal. Tennokese (2005) on saanud eesti versiooni kasutades *Cronbach'i*  $\alpha = 0,82$ . Jürman (2007) on saanud *Cronbach'i*  $\alpha = 0,88$ . Käesolevas uurimuses on selle küsimustiku reliaablus *Cronbach'i*  $\alpha = 0,87$ .

### Kontrollikeskme skaala

Kontrollikeset mõõdeti Rotteri (1966) internaalsust ja eksternaalsust ehk seesmist ja välist kontrollikeset mõõtva skaalaga. Skaala koosneb 29 väidete paarist, millest 23 skooritakse. Väidete valik näitab isiku kontrollikeskme internaalsust või eksternaalsust. Vastused skooritakse eksternaalsuse suunas. Rotteri (1996) kontrollikeskme skaala koefitsent *Kuder-Richardson* originaalis oli 0,70. Tennokese (2005) on saanud eesti versiooni kasutades *Cronbach'i*  $\alpha = 0,68$ .

### Uurimuse raames koostatud küsimused

Küsimustiku sõnastamisel kasutati nii jaatust kui eitust. Küsimustik koosneb 40 väitest, mida hinnatakse Likerti tüüpi 7-pallilisel skaalal (1 - ei nõustu üldse; 2 - ei nõustu; 3 - mõnes mõttes ei nõustu; 4 - raske öelda; 5 - mõnes mõttes nõustun; 6 - nõustun; 7 - nõustun täiesti).

Väited 6, 8, 9, 10 põhinevad Leary (1995) tasemete jaotusel, mil määral inimene jälgib endast jäetavat muljet. Nende küsimuste abil selgub, millisel tasemel on vastajate arvates oluline jälgida jäetavat muljet. Väited nr 20, 26, 28, 32, 38, 39 põhinevad Gilbert, Fiske ja Lindzey (1998) seisukohale, et domineerivus, väljendusrikkus, mängulisus ja hoolivus on olulised mulje kujunemise seisukohalt ja on mitteverbaalsete märkide abil hinnatavad. Jones ja Pittman (1982, tsit Leary et al., 1994 järgi) viit põhilist eneseesitamise strateegiat (poolehoiu taotlemine, enese reklaamimine, enese eeskujuks toomine ja hirmutamise ning palumine) kajastavad küsimused nr 1-5. Veenmises oluliseks peetud sarnasust (Byrne, 1971; Rokeach, 1960) puudutab väide nr 16, füüsilist atraktiivsust (Berscheid & Walster, 1974) väited nr 17- 19. Cialdini (1993) meeldivust (*liking*) küsitakse väites nr 15. Hovlandi, Janise ja Kelley (1953, tsit Petty & Cacioppo, 1981 järgi) töödest selgub, et veenvaks suhtlemiseks tuleb tähelepanu äratada ja selgelt ja täpselt kõneleda, neid kajastavad väited nr 21, 22, 25. Vastavalt Simonsile (2001) tuleb veenmiseks rõhutada enda ekspertsust ja usaldusväarsust – väited nr 23, 24. Rudman (1998, tsit Carli, 1999 järgi) selgitab, et tagasihoidlikke naisi tajutakse meeldivana, seega küsitakse tagasihoidlikkuse kohta väites nr 27. Halli ja Friedmani (1999) suhtlemisalastest uurimustest nopiti välja järgmised omadused: *sõbralik* (väide 29), *rahulik* (väide 30),

*närveeriv* (väide 36), *pinges* (väide 31), *lõdvestunud* (väide 34), *alistuv* (väide 3), *domineeriv* (väide 32), *madala staatusega/kõrge staatusega* (väide nr 14). Küsimus nr 13 kajastab meeleolu, mis võib mõjutada info töötlust. Huumori kasutamine kui sarnasuse tekitamine vestluspartneriga (Meyer, 1997) väide nr 40. Feldman (1976, tsit Gilbert, Fiske & Lindzey, 1998 järgi) arvab, et situatsioonilised tegurid määravad, milline eneseesitus on kohane, seega küsimused 7, 11, 12, 13 viitavad sellele, kas peetakse oluliseks jälgida mõningaid situatsioonilisi tegureid.

### **Üldised küsimused**

Antud uurimuses küsiti osalejatelt lisaks järgmisi andmeid: vanus; sugu, haridustase (põhiharidus/keskharidus/kutseharidus/kõrgharidus), töötab või õpib, tööstaaž. Vastaja pidi määratlema kas ta on personalitöötaja või tööotsija. Eelmainitud andmeid küsiti eesmärgiga iseloomustada valimit ja eesmärgiga moodustada grupe ning võrrelda tulemusi.

### ***Protseduur***

2007 aasta juunis koostati küsimustik ja see esitati 5 inimesele ja uurimustöö juhendajale üle vaatamiseks, et korrigeerida sõnastust ja arusaadavust. Tagasiside tulemusena viidi sisse vajalikud muudatused.

Küsitlus viidi läbi 2007 aasta juuli ja augusti jooksul. Uurimuses osalesid tööotsijad, kess kasutavad töö otsimiseks Eesti suurimaid tööotsimisportaale nagu CV-online ja CV-keskus. Vastamine oli vabatahtlik ning kõik vastajad saavad uurimuse kohta tagasisidet üldistatud kujul töövahendusportaalist mida kasutavad. Küsimustiku läbiviimiseks peeti läbirääkimisi ja läbirääkimiste tulemusel valiti tööportaalide klientidest need inimesed, kes on viimase 3 kuu jooksul uuendanud cv-d või osalenud töökonkursil. Selline valik võimaldas moodustada valimi inimestest, kelle jaoks on töötamine ja tööintervjuul käimine aktuaalne, see tähendab seda, et ta on enda jaoks teataval määral töötamisega seotud teemad läbi mõelnud. Kuna töö otsimine, cv-de saatmine, kuulutuste väljapanek on internetti kolinud, siis on sobiv uurida tööotsijate arvamusi ka elektroonse küsimustiku abil. Elektroonsel kujul küsimustikule vastamine võttis aega umbes 10-15 minutit.

Andmeid analüüsiti programmiga Statistica 7.0 ja otsustused tehti nii usaldusnivool  $p < 0,05$  kui  $p < 0,01$ . Analüüsiti gruppide vahelisi erinevusi, selleks kasutati nii parameetrilisi kui mitteparameetrilisi meetodeid. Seoste leidmiseks kasutati korrelatsioonanalüüsi.

### ***Valim***

Küsimustikele vastas 489 inimest. Vastajatest 78,1% (N=382) olid naised ja 21,9% (N=107) mehed. Noorim vastaja oli 15 aastane ja vanim 68 aastane. Keskmine vanus oli 33,2. Neist 409 (83,6%) inimest töötas vastamise hetkel, ülejäänud 80 (16,4%) inimest ei töötanud. Vastajatest 33,9% (N=163) õppis hetkel ja 66,1 % (N=326) ei õppinud. Vastajatest 51 (10,4%) inimest töötas hetkel personali värbajana ja 438 (89,6%) inimest olid tööotsijad. Keskmine tööstaaž oli 13,3 aastat – miinimum oli 0 ja maksimum 43 aastat, mediaan 10 ja mood 1 (32 inimest) SD=11,16. Vastajate haridus jagunes järgnevalt: 43,2% (211) kõrgharidusega, 33,1% (N=162) keskharidusega, 17,6% (N=86) kutseharidusega ja 6,1% (N=30) põhiharidusega.

## **Tulemused**

### ***Mulje kujundamine***

Uurimuses analüüsiti, kui oluliseks tööotsijad (N=438) peavad üht või teist muljega seotud tegevust või omadust. Väited 6, 8, 9, 10 põhinevad Leary (1995) tasemete jaotusel, mil määral inimene jälgib endast jäetavat muljet. Vastati 7 - pallisel Likerti tüüpi skaalal.

Tabel 1. Arvamus, kuivõrd jälgitakse endast jäetavat muljet.

Väide	Keskmine skoor
Tööintervjuul...	
ma pole teadlik, millise mulje ma jätan	3,71
jälgin alateadlikult endast jäetavat muljet	5,43
jälgin teadlikult endast jäetavat muljet	5,45
keskendun endast jäetava mulje kujundamisele	4,74

Jones ja Pittman (1982, tsit Leary et al., 1994 järgi) viit põhilist eneseesitamise strateegiat (poolehoiu taotlemine, enese reklaamimine, enese eeskujuks toomine ja hirmutamine ning palumine) kajastavad küsimused nr 1-5. Vastati 7 - pallisel Likerti tüüpi skaalal. Keskmistest skooridest selgub, et kõige olulisemaks peetakse enese reklaamimist ja kõige vähem oluliseks teatamist, et organisatsioon jääb paljust ilma, kui töötajat tööle ei palka.

Tabel 2. Arvamus viie eneseesitamise strateegia kohta.

Väide	Keskmine skoor
Tööintervjuul	
.....	
on oluline taotleda intervjuueeriija poolehoidu	5,37
on oluline ennast reklaamida	5,67
on oluline paluda endale soovitatavat töökohta	4,36
on oluline enda eeskujuga esile tuua	4,63
on oluline teatada, organisatsioon jääb paljust ilma, kui mind tööle ei palka	3,43

Feldman (1976, tsit, Gilbert, Fiske & Lindzey, 1998 järgi) arvab, et situatsioonilised tegurid määravad, milline eneseesitus on kohane, seega küsimused 7, 11, 12, 13 viitavad sellele, kas peetakse oluliseks jälgida mõningaid situatsioonilisi tegureid. Vastati 7 - pallisel Likerti tüüpi skaalal. Tabelist selgub, et töötajad peavad situatsioonilisi tegureid oluliseks.

Tabel 3. Hinnang situatsioonilistele teguritele.

Tööintervjuul	Väide	Keskmine skoor
.....		
jälgin intervjuueerija reaktsioone		6,10
on oluline kontrollida oma tundeid		5,81
on oluline jälgida, mida räägid		6,39
on oluline jälgida intervjuueerija meeleolu		5,45

Töötajate keskmised skoorid kõigi uurimuse raames toodud küsimustes on esitatud koondtabelis (*Lisa B Tabel B4*). Tabelist selgub, et tööintervjuul väga oluliseks (keskmine skoor üle 6) peeti avatud, rahulik ja sõbralik olemist; enda usaldusväarsuse rõhutamist; selle jälgimist, mida räägid; intervjuueerija reaktsioonide jälgimist ning tähelepanu pööramist oma üldmuljele ja korralikku riietumist.

Oluliseks peeti (keskmine skoor üle 5) peeti tähelepanu pööramist sellele, kui palju vaadatakse intervjuueerijale silma; intervjuueerija tähelepanu saavutamist; enda positiivset kirjeldamist; väljendusrikas olemist; intervjuueerijale meeldimist; intervjuueerija meeleolu jälgimist, oma tunnete kontrollimist; alateadlikult ja teadlikult endast jäetava mulje jälgimist ning enda reklaamimist ja intervjuueerija poolehoidu taotlemist.

Üle keskmise oluliseks peeti (keskmine skoor üle 4) mänguline, karismaatiline, lõdvestunud ja domineeriv olemist; enda ekspertsuse rõhutamist; tähelepanu pööramist oma füüsilisele atraktiivsusele; enda ja intervjuueerija vaheliste sarnasuste leidmist; oma staatuse väljendamist; keskendumist endast jäetava mulje kujundamisele; enda eeskujuga esile toomist; endale soovitava töökoha palumist.

Väited nr 20, 26, 28, 32, 38, 39 põhinesid Gilbert, Fiske ja Lindzey, (1998) seisukohale, et domineerivus, väljendusrikkus, mängulisus ja hoolivus on olulised mulje kujunemise seisukohalt ja on mitteverbaalsete märkide abil hinnatavad. Töötajate arvates oli eelmainitutest kõige olulisem väljendusrikkus, mängulisus ja domineerivus olid üle keskmise olulised. Väites – *tööintervjuul ei ole oluline olla hooliv* – keskmine skoor oli  $m = 3$ . Järelikult leiavad töötajad, et hoolivuse väljendamine on siiski teatud määral oluline.

**Personali värbajate ja töötajate arvamuste võrdlus**

Töötajate (N=438) ja personali värbajate (N=51) vastuste võrdlemisele leiti, et nende arvamused erinevad usaldusnivool  $p < 0,05$  ühe väite osas. Väide nr 15 – *tööintervjuul on oluline meeldida intervjuerijale* (personali värbajad  $m = 4,68$ , töötajad  $m = 5,29$ ,  $p = 0,002$ ).

**Töötajate arvamused**

Küsimustikule vastas 489 inimest, kellest 51 olid personali värbajad ja ülejäänud 438 töötajad. Edasiseks analüüsiks eraldati töötajate arvamused.

**Töötavate ja mittetöötavate arvamuste võrdlus**

Töötajatest (N=438) 80 inimest ei töötanud ja 358 töötas. Noorim vastaja oli 15 aastane ja vanim 68 aastane, keskmine vanus oli 32,9 aastat. Töötatud aeg varieerus 0 aastast kuni 43 aastani, keskmine töötatud aeg oli 13 aastat.

*Tabel 4. Mittetöötavate ja töötavate töötajate valimi iseloomustus.*

	Mehed	Naised	Õpib	Ei õpi	Põhi haridus	Kesk haridus	Kutse haridus	Kõrg haridus
Töötab	82	276	117	241	17	121	66	154
Ei Tööta	9	71	28	52	9	26	15	30
Kokku	91	347	145	293	26	147	81	184

Töötajatest (N=438) võrreldi töötavate (N=358) ja mittetöötavate (N=80) vastajate arvamusi. Vastavalt Levine analüüsile oli hajuvus sobiv. Analüüsi tulemusena leiti, et töötavate ja mittetöötavate inimeste arvamus erines 6 väite osas – väited nr 5, 10, 30, 32, 36, 40. Vastati 7 - pallisel Likerti tüüpi skaalal.

Tabel 5. Mittetöötavate ja töötavate töötajate arvamuste erinevused.

Tööintervjuul . . .	Väide	Keskmine Töötavad	Keskmine Ei tööta	p
5.	on oluline teatada, organisatsioon jääb paljust ilma, kui mind tööle ei palka	3,32	3,87	<0,05
10.	keskendun endast jäetava mulje kujundamisele	4,66	5,08	<0,05
30.	on oluline olla rahulik.	1,59	1,85	<0,05
32.	ei ole oluline olla domineeriv	2,32	2,78	<0,005
36.	on oluline olla närveeriv	1,56	1,77	<0,05
40.	ei ole oluline olla humoorikas	3,17	3,66	<0,01

### Meeste ja naiste arvamuste võrdlus

Töötajatest (N=438) võrreldi naiste (N=347) ja meeste (N=91) vastajate arvamusi ja leiti, et nende arvamused erinevad seitsme väite osas. Vastati 7 - pallisel Likerti tüüpi skaalal.

Tabel 6. Töötajatest meeste ja naiste arvamuste võrdlus.

Tööintervjuul . . .	Väide	Keskmine Mehed	Keskmine Naised	p
7.	jälgin intervjuerija reaktsioone	5,87	6,16	<0,05
8.	jälgin alateadlikult endast jäetavat muljet	5,17	5,49	<0,05
17.	on oluline riietuda korralikult	6,35	6,65	<0,001
22.	on oluline saavutada intervjuerija tähelepanu	6,69	6,06	<0,001
25.	on oluline pöörata tähelepanu sellele, kui palju vaatan intervjuerijale silma	3,29	2,79	<0,05
35.	on oluline olla karismaatiline	4,23	4,68	<0,01
38.	on oluline olla mänguline	3,75	4,34	<0,001

### Õppivate ja mitte õppivate töötajate arvamuste võrdlus

Töötajatest (N=438) võrreldi hetkel õppivate (N=145) ja mitte õppivate (N=293) vastajate arvamusi ja leiti, et nende arvamused erinevad usaldusnivool  $p < 0,05$  kuue väite osas. Vastati 7 - pallisel Likerti tüüpi skaalal.

Tabel 7. Õppivate ja mitte õppivate töötajate võrdlus.

Tööintervjuul . . .	Väide	Keskmine õppivad	Keskmine mitte õppivad	p
7. jälgin intervjuueerija reaktsioone		6,31	6,00	<0,001
13. on oluline jälgida intervjuueerija meeleolu		5,66	5,35	<0,05
21. on oluline kirjeldada ennast positiivselt		5,93	5,61	<0,01
31. on oluline olla pinges		1,84	1,54	<0,01
36. on oluline olla närveeriv		1,73	1,54	<0,05
40. ei ole oluline olla humoorikas		3,49	3,15	<0,05

### *Enesehinnang ja selle seosed vastustega*

Vastajate (N=489) enesehinnangu analüüsil leiti, et keskmine enesehinnang oli 3,1, 4-pallisel skaalal. Sellest lähtuvalt jaotati vastajad kaheks grupiks: esimene keskmise ja keskmisest madalama enesehinnanguga isikute grupp (edaspidi nimetatud grupp 1), kelle skoor jäi vahemikku 1-3,1 (N=257) ja teine grupp (edaspidi nimetatud grupp 2) keskmisest kõrgema enesehinnanguga, kelle skoor jäi vahemikku 3,2-4 (N=232). Sellest lähtuvalt analüüsiti nende vastuseid uurimuse raames koostatud 40 küsimuse lõikes ja leiti, et nende kahe grupi vastustes on statistiliselt oluline erinevus väidete nr 2, 6, 7, 9, 10, 12, 16, 17, 19, 21-31, 33, 36, 37 puhul (*Lisa B Tabel B1*). Vastati 4 - pallisel skaalal.

Korrelatsioonanalüüs enesehinnangu väidete ja uurimuse raames koostatud küsimuste vahel (*Lisa B Tabel B2*) näitas, et osade uurimuse raames koostatud väitete korrelatsioonid enesehinnangu skaala väidetega on statistiliselt olulised  $p < 0,05$ . Näiteks väite - *mulle tundub, et inimesena olen ma väärt vähemalt sama palju kui teised* - korrelatsioon väitega - *tööintervjuul on oluline ennast reklaamida* - on 0,23. Väite - *ma usun, et mul on mitmeid häid omadusi* – korrelatsioon väitega - *tööintervjuul on oluline ennast reklaamida* – ja väitega - *tööintervjuul on oluline riietuda korralikult* – ja väitega - *tööintervjuul on oluline kirjeldada ennast positiivselt* - on 0,16. Väite - *suudan asjadega hakkama saada sama hästi kui teised inimesed* – korrelatsioon väitega - *tööintervjuul on oluline kirjeldada ennast positiivselt* - on 0,22. Väite - *mul pole just palju, mille üle võiksin uhke olla* - korrelatsioon väitega - *tööintervjuul on oluline olla alistuv* – korrelatsioon on – 0,26. Väite - *muidugi tunnen ma ennast mõnikord kasutuna* – korrelatsioon väitega - *tööintervjuul tuleb olla tagasihoidlik* – on – 0,21.

### *Kontrollikese ja selle seosed vastustega*

Vastajate (N=489) kontrollikeskme analüüsil leiti, et vastuste skoorid olid minimaalselt 1 ja maksimaalselt 22, mood oli 12 ja see esines 49 korda. Skooride keskmine oli  $m=10,47$ , valimi keskmise alusel jaotati vastajad kaheks grupiks 1= (skoor kuni 10,47) pigem seesmise kontrollikeskme ja 2= (skoor võrdne või suurem kui 10,47) pigem välimise kontrollikeskme isikuteks. Sellest lähtuvalt analüüsiti nende vastuseid uurimuse raames koostatud 40 küsimuse lõikes ja leiti, et nende kahe grupi vastustes on statistiliselt oluline erinevus usaldusnivool  $p < 0,05$  väidetes 2; 4; 6; 7; 9; 18; 22; 23; 25; 26; 27.

*Tabel 8. Erineva kontrollikeskme vastajate arvamuste võrdlus.*

Väide	Keskmine 1 (N=230)	Keskmine 2 (N=254)	p
Tööintervjuul . . .			
2. on oluline ennast reklaamida.	5,81	5,52	<0,01
4. on oluline enda eeskuju esile tuua.	4,86	4,49	<0,01
5. on oluline teatada, organisatsioon jääb paljust ilma, kui mind tööle ei palka.	3,56	3,23	<0,05
6. ei ole ma teadlik, millise mulje ma jätan.	3,33	4,01	<0,001
7. jälgin intervjuerija reaktsioone	6,18	6,00	<0,05
9. jälgin teadlikult endast jäetavat muljet	5,64	5,28	<0,01
10. keskendun endast jäetava mulje kujundamisele	4,91	4,61	<0,05
18. on oluline pöörata tähelepanu oma füüsilisele atraktiivsusele	4,37	3,92	<0,001
21. on oluline kirjeldada ennast positiivselt	5,83	5,62	<0,05
22. on oluline saavutada intervjuerija tähelepanu	6,11	5,81	<0,001
23. ei ole oluline rõhutada enda ekspertsust	3,81	4,20	<0,01
25. on oluline pöörata tähelepanu sellele, kui palju vaatan intervjuerijale silma	2,75	3,12	<0,05
26. on oluline olla väljendusrikas	5,33	4,84	<0,001
27. on oluline enda eeskuju esile tuua	3,40	3,72	<0,05
28. on oluline olla mitteväljendusrikas	2,23	2,50	<0,05
33. on oluline olla alistuv	2,24	2,52	<0,05
35. on oluline olla karismaatiline	4,74	4,47	<0,05

### *Tunnetatud võimekus ja selle seosed vastustega*

Vastajate (N=489) tunnetatud võimekuse analüüsil jaotati vastajad lähtudes keskmistest tulemustest  $m = 5,39$  kahte gruppi – keskmise ja pigem madala tunnetatud võimekusega N=218 ja pigem kõrge tunnetatud võimekusega isikuteks N=271. Sellest lähtuvalt analüüsiti nende vastuseid uurimuse raames koostatud 40 küsimuse lõikes ja leiti, et nende kahe grupi vastustes on statistiliselt oluline erinevus järgmiste väidetes nr 2, 4-7, 9, 10, 12, 14, 17-22, 24, 26, 28-30, 33, 36.

Tabel 9. Erineva tunnetatud võimekusega vastajate arvamuste võrdlus.

Väide	Keskmine 1 (N=218)	Keskmine 2 (N=271)	p
Tööintervjuul . . .			
2. on oluline ennast reklaamida	5,47	5,83	<0,001
4. on oluline enda eeskuju esile tuua	4,49	4,82	<0,05
5. on oluline teatada, organisatsioon jääb paljust ilma, kui mind tööle ei palka	3,19	3,57	<0,05
6. pole ma teadlik, millise mulje ma jätan	3,91	3,51	<0,05
7. jälgin intervjuuerija reaktsioone	5,99	6,18	<0,05
9. jälgin teadlikult endast jäetavat muljet	5,26	5,62	<0,01
10. keskendun endast jäetava mulje kujundamisele	4,54	4,92	<0,01
12. on oluline jälgida, mida räägid	6,28	6,46	<0,01
14. on oluline väljendada oma staatust	4,38	4,67	<0,05
17. on oluline riietuda korralikult	6,49	6,65	<0,05
18. on oluline pöörata tähelepanu oma füüsilisele atraktiivsusele	3,88	4,35	<0,001
19. on oluline pöörata tähelepanu oma üldmuljele	5,87	6,13	<0,01
20. on oluline olla väljendusrikas	5,49	5,73	<0,05
21. on oluline kirjeldada ennast positiivselt	5,54	5,87	<0,001
22. on oluline saavutada intervjuuerija tähelepanu	5,79	6,10	<0,001
24. on oluline rõhutada enda usaldusväärsust	5,90	6,18	<0,001
26. on oluline olla väljendusrikas	4,91	5,21	<0,05
28. on oluline olla mitteväljendusrikas	2,53	2,22	<0,05
29. on oluline olla sõbralik	6,02	6,25	<0,005
30. on oluline olla rahulik	6,17	6,40	<0,01
33. on oluline olla alistuv	2,53	2,29	<0,05
36. on oluline olla närveeriv	1,72	1,50	<0,01

Tabelist selgub, et kõrge tunnetatud võimekusega inimesed peavad olulisemaks jälgida teadlikult endast jäetavat muljet ja intervjuuerija reaktsioone, kui madalama tunnetatud võimekusega. Madalama tunnetatud võimekusega isikud said kõrgema skoori küsimuses, et tööintervjuul ei ole ma teadlik, millise mulje ma jätan, on oluline olla mitteväljendusrikas ja alistuv ning närveeriv. Kõrge tunnetatud võimekusega võimekusega isikud leidsid, et on oluline ennast reklaamida, enda eeskuju esile tuua jne.

Korrelatsioonanalüüs tunnetatud võimekuse skaala väidete ja uurimuse raames koostatud küsimuste vahel (*Lisa B Tabel B3*) näitas, et osade uurimuse raames koostatud väitete korrelatsioonid enesehinnangu skaala väidetega on statistiliselt olulised  $p < 0,05$ . Näiteks uurimuse raames koostatud väite - *tööintervjuul on oluline ennast reklaamida* - korrelatsioon tunnetatud võimekuse skaala väitega - *ma suudan paljude väljakutsetega edukalt toime tulla* - on 0,25. Väite - *tööintervjuul on oluline jälgida, mida räägid* – korrelatsioon väitega - *ma arvan, et üldiselt suudan saavutada mulle olulisi tulemusi* – on 0,25. Väite - *tööintervjuul on oluline riietuda korralikult* – korrelatsioon väitega - *ma arvan, et üldiselt suudan saavutada mulle olulisi tulemusi* - on 0,24. Väite - *tööintervjuul on oluline kirjeldada ennast positiivselt* - korrelatsioon väitega - *ma arvan, et üldiselt suudan saavutada mulle olulisi tulemusi* – korrelatsioon on – 0,25.

**Seosed uuritavate konstruktide vahel**

**Seosed enesehinnangu ja tunnetatud võimekuse vahel**

Tabel 10. Korrelatsioonid enesehinnangu ja tunnetatud võimekuse vahel

Enesehinnang	Tunnetatud võimekus									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	<b>0,25</b>	<b>0,21</b>	<b>0,23</b>	<b>0,32</b>	<b>0,27</b>	<b>0,32</b>	<b>0,27</b>	<b>0,23</b>	<b>0,32</b>	<b>0,30</b>
2	<b>0,27</b>	<b>0,23</b>	<b>0,14</b>	<b>0,26</b>	<b>0,21</b>	<b>0,25</b>	<b>0,21</b>	<b>0,16</b>	<b>0,25</b>	<b>0,19</b>
3	<b>0,25</b>	<b>0,25</b>	<b>0,21</b>	<b>0,24</b>	<b>0,28</b>	<b>0,30</b>	<b>0,25</b>	<b>0,19</b>	<b>0,22</b>	<b>0,24</b>
4	<b>0,23</b>	<b>0,23</b>	<b>0,19</b>	<b>0,30</b>	<b>0,25</b>	<b>0,33</b>	<b>0,33</b>	<b>0,23</b>	<b>0,26</b>	<b>0,27</b>
5	<b>0,22</b>	<b>0,23</b>	<b>0,12</b>	<b>0,33</b>	<b>0,26</b>	<b>0,30</b>	<b>0,22</b>	<b>0,21</b>	<b>0,28</b>	<b>0,25</b>
6	<b>0,25</b>	<b>0,25</b>	<b>0,15</b>	<b>0,27</b>	<b>0,23</b>	<b>0,19</b>	<b>0,15</b>	<b>0,13</b>	<b>0,17</b>	<b>0,20</b>
7	<b>0,27</b>	<b>0,29</b>	0,02	<b>0,37</b>	<b>0,20</b>	<b>0,29</b>	<b>0,23</b>	<b>0,13</b>	<b>0,22</b>	<b>0,18</b>
8	<b>0,28</b>	<b>0,29</b>	<b>0,09</b>	<b>0,38</b>	<b>0,26</b>	<b>0,27</b>	<b>0,24</b>	<b>0,15</b>	<b>0,29</b>	<b>0,26</b>

Olulised korrelatsioonid  $p < 0,05$  on esitatud paksus kirjas.

Tunnetatud võimekus kohta on leitud ka varem, et need korreleeruvad mõõdukalt (Sherer, Maddux, Mercandante, PrenticeDumm, Jacobs & Rogers, 1982; Woodruff & Cashman, 1993, tsit Lightsey, Burke, Ervin, Henderson & Yee, 2006 järgi). Ka antud uurimuses on korrelatsioonid statistiliselt olulised, välja arvatud enesehinnangu skaala väite nr 7 ja tunnetatud võimekuse väite nr 3 vahel.

**Seosed enesehinnangu, tunnetatud võimekuse ja kontrollikeskme vahel**

Kontrollikeskme skooride järgi võrreldi kahte moodustunud gruppi tunnetatud võimekuse osas ja leiti, et seesmise ja välise kontrollikeskme inimeste arvamused olid statistiliselt erinevad kõigis tunnetatud võimekuse väidetes.

Tabel 11. Seosed tunnetatud võimekuse ja kontrollikeskme gruppide vahel.

Tunnetatud võimekus	Seesmine kontrollikes N=230	Väline kontrollikes N=254	p
Väide 1	5,35	4,81	<0,001
Väide 2	5,49	4,83	<0,001
Väide 3	6,07	5,64	<0,001
Väide 4	5,58	5,08	<0,001
Väide 5	5,70	5,33	<0,001
Väide 6	5,84	5,65	<0,05
Väide 7	5,14	4,81	<0,001
Väide 8	5,60	5,41	<0,05

Tabel 12. Seosed enesehinnangu ja kontrollikeskme gruppide vahel.

Enesehinnang	Seesmine kontrollikes N=230	Väline kontrollikes N=254	p
Väide 1	3,67	3,51	<0,01
Väide 2	3,74	3,67	<0,13
Väide 3	2,70	2,38	<0,001
Väide 4	3,49	3,33	<0,001
Väide 5	3,30	3,01	<0,001
Väide 6	3,40	3,12	<0,001
Väide 7	3,29	3,09	<0,001
Väide 8	2,70	2,30	<0,001
Väide 9	2,86	2,37	<0,001
Väide 10	3,29	2,85	<0,001

Kontrollikeskme skooride järgi võrreldi kahte moodustunud gruppi tunnetatud enesehinnangu osas ja leiti, et seesmise ja välise kontrollikeskme inimeste arvamused olid statistiliselt erinevad 9 enesehinnangu skaala väites, statistiliselt olulist erinevust ei ilmnenud 1 väitest – väide nr 2.

### Arutelu

Esimene hüpotees küsis, kas kõrge enesehinnanguga inimesed peavad mulje kujundamist olulisemaks kui madala enesehinnanguga inimesed? Vastajate enesehinnangu skaala keskmine skoor valimis (N=489) oli suhteliselt kõrge –  $m = 3,1$ . Keskmisest lähtuvalt võrreldi keskmise ja keskmisest madalama enesehinnanguga (N=257) ning keskmisest kõrgema enesehinnanguga inimeste grupi (N=232) vastuseid. Gruppide vaheline võrdlus üksikväidete lõikes näitas, et kõrge enesehinnanguga inimesed peavad olulisemaks ennast reklaamida ( $m = 5,82$ ), mis on Jones ja Pittmani (1982) käsitluses üks põhiline eneseesitamise strateegia. Kõrge enesehinnanguga vastajad pidasid olulisemaks intervjuueeriija reaktsioonide jälgimist ( $m = 6,25$ ), mis on situatsiooniliste tegurite arvesse võtmine mulje kujundamisel. Leary (1995) mulje jälgimise tasandeid puudutavate küsimuste analüüs näitas, et kõrge enesehinnanguga vastajate skoor väites *tööintervjuul pole ma teadlik, millise mulje ma jätan*, oli madalam võrreldes keskmise ja madala enesehinnanguga vastajate keskmise skooriga. Järelikult on nad enda arvates teadlikumad, millise mulje jätavad. Kõrge enesehinnanguga vastajate grupil olid kõrgemad skoorid väidetes – *tööintervjuul jälgin teadlikult endast jäetavat muljet ja tööintervjuul keskendun endast jäetava mulje kujundamisele*. Järelikult leidis esimene hüpotees kinnitust – kõrge enesehinnanguga vastajad peavad mulje kujundamist olulisemaks kui keskmise ja madala enesehinnanguga vastajad.

Kõrge enesehinnangu ja keskmise ning madala enesehinnanguga gruppide võrdlus ka teistes uurimuse raames küsitud omadustes ja tegevustes näitas, et kõrge enesehinnanguga vastajad peavad mulje seisukohalt olulisi tegevusi, omadusi olulisemaks, kui keskmise ja madala enesehinnanguga vastajad. Nii kõrge enesehinnanguga kui keskmise ja madala enesehinnanguga vastajate gruppide keskmised järgmistes väidetes – *tööintervjuul on oluline jälgida, mida räägid; tööintervjuul, on oluline riietuda korralikult; tööintervjuul on oluline olla sõbralik; tööintervjuul on oluline olla rahulik* – ulatusid Likerti tüüpi 7-pallilisel skaalal (1 - ei nõustu üldse; 2 - ei nõustu; 3 - mõnes mõttes ei nõustu; 4 - raske öelda; 5 - mõnes mõttes nõustun; 6 - nõustun; 7 - nõustun täiesti) skaalal üle 6. Järelikult peavad mõlemad grupid tööintervjuul oluliseks riietuda korralikult, olla sõbralik, rahulik ja jälgida, seda mida räägid. Samas olid gruppide vahel eelmainitud küsimustes statistiliselt olulised erinevused, kusjuures kõrgema enesehinnanguga vastajate grupi keskmised olid

kõrgemad., näidates, et nad peavad neid aspekte võrreldes keskmise ja madala enesehinnanguga vastajate grupiga veelgi olulisemaks. Kõrge enesehinnanguga grupi keskmised skoorid ulatusid üle 6 ja olid kõrgemad kui madala ja keskmise enesehinnanguga inimesete keskmistest skooridest ka järgmistes väidetes – *tööintervjuul on oluline pöörata tähelepanu oma üldmuljele; tööintervjuul on oluline saavutada intervjuuerija tähelepanu; tööintervjuul on oluline rõhutada enda usaldusväärust; tööintervjuul on oluline olla avatud.*

Keskmise ja madalama enesehinnanguga inimesed andsid kõrgemad skoorid väidetes *tööintervjuul pole ma teadlik, millise mulje ma jätan* ( $m = 3,96$ ); *tööintervjuul on oluline leida enda ja intervjuuerija vahelisi sarnasusi* ( $m = 4,32$ ); *tööintervjuul pole oluline rõhutada enda ekspertsust* ( $m = 4,21$ ); *tööintervjuul pole oluline väljendada ennast võimalikult täpselt* ( $m = 3,31$ ); *tööintervjuul tuleb olla tagasihoidlik* ( $m = 3,86$ ); *tööintervjuul on oluline olla mitteväljendusrikas* ( $m = 2,53$ ); *tööintervjuul on oluline olla pinges* ( $m = 1,73$ ); *tööintervjuul on oluline olla alistuv* ( $m = 2,63$ ); *36 - tööintervjuul on oluline olla närveeriv* ( $m = 1,74$ ). Hinnangud anti 7 - pallisel Likerti tüüpi skaalal, kus 1 - ei nõustu üldse; 2 - ei nõustu; 3 - mõnes mõttes ei nõustu – järelikult skoorid kolm ja selles madalamad näitavad mitte nõustumist. Keskmise ja madala enesehinnanguga inimeste skooridest antud küsimustes võib järeldada, et nad on ebakindlamad, sest ei ole teadlikud, millise mulje jätavad ja võivad alahinnata enese täpset väljendamist. Samuti kalduvad nad tagasihoidlikkuse, mitteväljendusrikkuse, närveerimise ja alistumise poole, mis vastavalt teoreetilises osas käsitletud Halli ja Friedmani (1999) uuringutele vähendavad mitteverbaalses käitumises visuaalset domineerivust. Selle omaduse vähesus võib vähendada töötaja edu kandideerides töökohale, mis nõuab domineerimist. Samas peavad nad olulisemaks leida sarnasusi enese ja intervjuuerija vahel. Vastavalt Byrne (1971) ja Rokeach (1960) uurimustele on sarnasus vestluspartneriga oluline, tõstes isiku meeldivust ja veenmisvõimet.

Teine hüpotees küsis, kas seesmise kontrollikeskmeiga vastajad peavad mulje kujundamist olulisemaks, kui välise kontrollikeskmeiga inimesed. Vastuse leidmiseks analüüsiti vastajate ( $N=489$ ) kontrollikeskme skaala skooride keskmist, mis oli  $m=10,47$ . Valimi keskmise alusel jaotati vastajad kaheks – keskmisest madalama skooriga ehk

pigem seesmise kontrollikeskmega vastajad ja keskmise ja kõrgema skooriga ehk pigem välimise kontrollikeskmega vastajad.

Leary (1995) mulje jälgimise tasandeid puudutavate 4 küsimuse analüüs näitas, et statistiliselt oluline erinevus ilmnes kahes väites – *tööintervjuul ma pole teadlik, millise mulje ma jätan; tööintervjuul jälgin teadlikult endast jäetavat muljet*. Seesmise kontrollikeskmega vastajate keskmine skoor on väites - *tööintervjuul ma pole teadlik, millise mulje ma jätan* –madalam ( $m = 3,33$ ) kui pigem välise kontrollikeskmega inimeste keskmine skoor ( $m = 4,01$ ). Järelikult leiavad seesmise kontrollikeskmega isikud, et nad on teadlikumad, millise mulje nad jätavad. Seesmise kontrollikeskmega vastajad peavad olulisemaks jälgida teadlikult endast jäetavat muljet ( $m = 5,64$ ). Välise kontrollikeskmega inimesed peavad ka oluliseks jälgida teadlikult endast jäetavat muljet, kuid nende keskmine skoor on madalam ( $m=5,28$ ) ja gruppide vaheline erinevus on statistiliselt oluline. Tulemusi kokku votes võib öelda, et teine hüpotees leidis kinnitust – seesmise kontrollikeskmega vastajad peavad mulje kujundamist olulisemaks.

Erineva kontrollikeskmega vastajate seisukohtade analüüs kinnitab, et seesmise kontrollikeskmega vastajad peavad võrreldes välise kontrollikeskmega vastajatega paljusid mulje kujundamise, eneseesitamise ja veenmise seisukohalt olulisi tegevusi ja omadusi olulisemaks. Nii seesmise kontrollikeskmega kui välise kontrollikeskmega vastajad leiavad, et tööintervjuul on oluline ennast reklaamida, enda eeskujuga esile tuua, on oluline kirjeldada ennast positiivselt, on oluline saavutada intervjuueerija tähelepanu, kuid seesmise kontrollikeskmega inimesed peavad neid eelmainitud mulje kujundamise aspekte olulisemaks, gruppide vahelised erinevused on statistiliselt olulised. Lisaks eelmainitutele leiavad seesmise kontrollikeskmega inimesed, et tööintervjuul on olulisem rõhutada oma ekspertsust. Seesmise kontrollikeskmega vastajate skoor väites – *tööintervjuul on oluline pöörata tähelepanu oma füüsilisele atraktiivsusele* – on 4,37, väites – *tööintervjuul on oluline olla väljendusrikas* – on 5,33 ja väites – *tööintervjuul on oluline olla karismaatiline* – on 4,74. Kusjuures pigem välise kontrollikeskmega vastajate skoor neis väidetes on madalam - *tööintervjuul on oluline pöörata tähelepanu oma füüsilisele atraktiivsusele* – on 3,92, väites – *tööintervjuul on oluline olla väljendusrikas* – on 4,84 ja väites – *tööintervjuul on oluline olla karismaatiline* – on 4,47. Pigem välise kontrollikeskmega inimesed peavad olulisemaks tööintervjuul tähelepanu pööramist

sellele, kui palju vaatavad intervjuueerijale silma ( $m = 3,12$ ), enda eeskuju esile toomist ( $m = 3,72$ ). Nende skoorid on kõrgemad väitetes- *tööintervjuul on oluline olla mitteväljendusrikas* ( $m = 2,50$ ) ja *tööintervjuul on oluline olla alistuv* ( $m = 2,52$ ). Hinnangud anti Likerti tüüpi 7-pallilisel skaalal (1 - ei nõustu üldse; 2 - ei nõustu; 3 - mõnes mõttes ei nõustu; 4 - raske öelda; 5 - mõnes mõttes nõustun; 6 - nõustun; 7 - nõustun täiesti). Järelikult kalduvad keskmised skoorid eelmainitud küsimustes siiski mittenõustumise poole. Eelmainitud skoor võrreldes seesmise kontrollikeskmega vastajate keskmise skooriga oli pisut kõrgem ja gruppide vahelised erinevused olid statistiliselt olulised.

Kolmas hüpotees küsis, kas kõrge tunnetatud võimekusega inimesed peavad mulje kujundamist olulisemaks, kui madala tunnetatud võimekusega inimesed. Hüpoteesile vastamiseks analüüsiti vastajate ( $N=489$ ) keskmist tunnetatud võimekust  $m = 5,39$ , hinnangud anti Likerti tüüpi 7-pallisel skaalal. Lähtudes keskmisest jaotati vastajad kahte gruppi – keskmise ja madala tunnetatud võimekusega  $N=218$  ja kõrge tunnetatud võimekusega isikuteks  $N=271$ . Leary (1995) mulje jälgimise tasandeid puudutavate 4 küsimuse analüüs näitas, et statistiliselt oluline erinevus ilmnes kolmes väites – *tööintervjuul ma pole teadlik, millise mulje ma jätan; tööintervjuul jälgin teadlikult endast jäetavat muljet; tööintervjuul keskendun endast jäetava mulje kujundamisele*. Kõrge tunnetatud võimekusega vastajate keskmine skoor on väites - *tööintervjuul ma pole teadlik, millise mulje ma jätan* – madalam ( $m = 3,51$ ) kui keskmise ja madala tunnetatud võimekusega inimeste keskmine skoor ( $m = 3,91$ ). Kõrge tunnetatud võimekusega vastajate keskmine skoor on väidetes - *tööintervjuul jälgin teadlikult endast jäetavat muljet; tööintervjuul keskendun endast jäetava mulje kujundamisele* – vastavalt ( $m = 5,62$ ) ja ( $m = 4,92$ ). Keskmise ja madala tunnetatud võimekusega inimeste keskmine skoor eelmainitud väidetes olid vastavalt ( $m = 5,26$ ) ja ( $m = 4,54$ ). Kuigi mõlemad grupid pidasid oluliseks tööintervjuul jälgida ja kujundada muljet, mida näitavad kõrged keskmised skoorid – hinnangud anti Likerti tüüpi 7-pallilisel skaalal (1 - ei nõustu üldse; 2 - ei nõustu; 3 - mõnes mõttes ei nõustu; 4 - raske öelda; 5 - mõnes mõttes nõustun; 6 - nõustun; 7 - nõustun täiesti). Kuid kõrge tunnetatud võimekusega inimeste keskmised skoorid olid kõrgemad ja erinevused gruppide vahel osutusid statistiliselt oluliseks. Uurimuse tulemuste analüüsi alausel selgus, et kolmas hüpotees leidis kinnitust.

Kõrgema tunnetatud võimekusega vastajate keskmised skoorid ka teistes olulistes mulje kujundamise, eneseesitamise ja veenmise aspektides kinnitasid eelmainitud hüpoteesi. Kõrge tunnetatud võimekusega inimesed pidasid olulisemaks tööintervjuul jälgida intervjuueeriija reaktsioone, enda reklaamimist ning enese eeskuju rõhutamist võrreldes keskmise ja madalama tunnetatud võimekusega inimestega. Madalama tunnetatud võimekusega isikud said kõrgema skoori küsimustes - *tööintervjuul ei ole ma teadlik, millise mulje ma jätan; tööintervjuul on oluline olla mitteväljendusrikas ja tööintervjuul on oluline olla alistuv ning tööintervjuul on oluline olla närveeriv.*

Neljandas hüpoteesis küsiti, kas personali värbajate ja töötajate ning erineva soo, töötavate või mittetöötavate inimeste arvamused mulje kujundamise, eneseesitamise ja veenmise aspektide kohta on erinevad. Analüüsi tulemusena selgus, et töötajate (N=438) ja personali värbajate (N=51) arvamused erinevad ühe väite osas. Väide nr 15 – *tööintervjuul on oluline meeldida intervjuueerijale* (personali värbajad  $m = 4,68$ , töötajad  $m = 5,29$ ,  $p = 0,002$ ). Eelmainitud erinevus tuleneb ilmselt sotsiaalselt soovitatavas suunas vastamisest. Teistes küsimustes aga töötajate ja personali värbajate arvamused ei erinevad. Antud uurimus koondas mitmeid mulje kujundamise, eneseesitamise ja veenmise aspekte, mis on sarnased eneseesitamist nõudvates olukordades nagu tööintervjuu ja kohtamine. Võib oletada, et need küsimused olid piisavalt universaalsed, et personali värbajate arvamused ei olnud mõjutatud nende kogemustest ega erialast. Tulevikus võib uurimusse lisada ka spetsiifilisemaid küsimusi ja küsida personali värbajatelt avatud küsimuste abil, mida nad tööintervjuul eriliselt jälgivad.

Mittetöötavate ja töötavate töötajate vastuste võrdlus näitas, et nende vastused erinesid statistiliselt oluliselt mitme küsimuse lõikes. Näiteks hetkel mitte töötavad töötajad tundsid, et nende jaoks on olulisem keskenduda endast jäetava mulje kujundamisele, teatada, et organisatsioon jääb paljust ilma, kui teda tööle ei palka. Hetkel mitte töötavad inimesed võivad tajuda rohkem survet olla tööintervjuul edukas.

Ka meeste ja naiste arvamustes leiti erinevusi. Naised peavad olulisemaks jälgida intervjuueeriija reaktsioone; jälgida alateadlikult endast jäetavat muljet, riietuda korralikult,

olla karismaatiline ja mänguline. Tulemuste analüüsimisel võib edasi minna uurimusega, kus selgitatakse välja, kas ehk mehed ja naised defineerivad mängulisust erinevalt või tekib assotsiatsioon näiteks flirtimisega ja mida mõisteliselt peetakse silmas alateadliku endast jäetava mulje jälgimisega. Antud uurimuses tulenesid need mõisted otseselt Leary (1995) tasemete jaotusel. Huvitav on minna edasi tähendusliku analüüsiga.

Mehed peavad olulisemaks saavutada intervjuueeriya tähelepanu, mis näitab, et on tabanud hindaja tähelepanuressursi (Gilbert, Hixton, 1991) olulisust. Mehed leidsid, et tööintervjuul on oluline pöörata tähelepanu, kui palju vaadatakse silma. Silma vaatamise reguleerimine võib väljendada visuaalset domineerivust.

Antud uurimuse eesmärk oli ka eristada, milliseid mulje kujundamise, veenmise ja eneseesitamise aspekte töötajad tööintervjuul oluliseks peavad. Leary (1995) tasemete jaotusel põhinevate väidete vastustest selgus, et töötajad peavad mulje kujundamise tasanditest kõige olulisemaks tööintervjuul teadlikult oma mulje jälgimist  $m=5,46$ . Tulemused näitasi, et lisaks enese jälgimisele vaadeldakse hoolikalt ka intervjuueerijat. See väljendub hinnangutes järgmistele väidetele - *tööintervjuul jälgin intervjuueeriya reaktsioone*  $m=6,10$ ; *tööintervjuul on oluline jälgida intervjuueeriya meeleolu*  $m=5,45$ ; *tööintervjuul on oluline leida enda ja intervjuueeriya vahelisi sarnasusi*  $m=4,18$ .

Töötajate hinnangud näitavad, et tööintervjuul on väga olulised (keskmine skoor üle 6) järgmised omadused ja tegevused: avatus, rahulik ja sõbralik olemine; enda usaldusväarsuse rõhutamine; selle jälgimine, mida räägid; intervjuueeriya reaktsioonide jälgimine ning tähelepanu pööramine oma üldmuljele ja korralikult riitumine. Teoreetilises osas kirjeldatud uurimused näitasid, et need omadused ja tegevused on mulje kujundamisel, eneseesitamisel ja veenmisel tulemusrikkad. Käesoleva uurimuse tulemused näitavad, et töötajad on ära tabanud nende omaduste ja tegevuste olulisuse.

Töötajate seas peeti oluliseks (keskmine skoor üle 5) veel tähelepanu pööramist sellele, kui palju vaadatakse intervjuueerijale silma; enda positiivset kirjeldamist; väljendusrikas olemist; intervjuueerijale meeldimist; oma tunnete kontrollimist; alateadlikult ja teadlikult endast jäetava mulje jälgimist ning enda rekaamimist ja intervjuueeriya poolehoiu taotlemist.

Üle keskmise oluliseks peeti (keskmine skoor üle 4) mänguline, karismaatiline, lõdvestunud ja domineeriv olemist; tähelepanu pööramist oma füüsilisele atraktiivsusele; enda ja intervjuueerija vaheliste sarnasuste leidmist; oma staatuse väljendamist; keskendumist endast jäetava mulje kujundamisele; enda eeskju esile toomist; endale soovitava töökoha palumist. Eelmainitud loetelus on mõned eneseesitamise tehnikad ja omadused, mis kahtlemata teatud töökohtadele kandideerimise puhul on olulisemad kui teistes. Näiteks mõne ametikoha puhul on olulised karismaatilisus, mängulisus ja domineerivus, mõne ametikoha puhul ei mängi need olulist rolli.

Väited nr 20, 26, 28, 32, 38, 39 põhinesid Gilbert, Fiske ja Lindzey (1998) seisukohale, et domineerivus, väljendusrikkus, samas mängulisus ja hoolivus on olulised mulje kujunemise seisukohalt ja on mitteverbaalsete märkide abil hinnatavad. Töötsijate arvates oli eelmainituteist kõige olulisem väljendusrikkus, mängulisus ja domineerivus olid üle keskmise olulised. Väites – *tööintervjuul ei ole oluline olla hooliv* – keskmine skoor oli  $m = 3$ . Järelikult leiavad töötsijad, et hoolivuse väljendamine on siiski teatud määral oluline. Ilmselt mõningates töökohtades, eriti töötamine inimestega, on hoolivuse väljendamine olulisem kui teistes tehnilistes ja iseseisvat tööd nõudvates ametikohtades.

## KOKKUVÕTE

Antud uurimuses koondati mõningaid eneseesitamist, veenmist ja mulje kujundamist puudutavaid uurimusi, mille alusel koostati tegevuste ja omaduste loetelu, mille põhjal küsitleti töötajaid ja personali värbajaid. Uurimuse ülesehitus võimaldas võrrelda kuivõrd inimeste oluliseks peetud valdkonnad sarnanevad töö aluseks olnud teoreetiliste uurimuste valdkondadega, sest uurimuse raames vastajatele esitatud küsimused tulenesid otseselt varasematest uurimustest. Tulemustest selgus, kui oluliseks üht või teist varasemalt teoreetilist kinnitust leidnud mulje kujundamise aspekti tööintervjuul peetakse. Uurimuses leiti, et töötajate hinnangud sarnanevad varasemate teoreetiliste uurimustega. Selgus, et oluliseks peetakse mulje kujundamist, situatsioonilisi tegureid ja paljusid omadusi – nagu rahulikkus, sõbralikkus jne.

Uurimus võimaldas võrrelda töötajate ja värbajate arvamusi, töötavate ja mittetöötavate töötajate arvamusi ning meeste ja naiste arvamusi. Tulemustest selgus, et töötajatel ja personali värbajatel on üldjoontes samasugune nägemus sellest, mis tööintervjuul mulje kujundamise, eneseesitamise ja veenmise seisukohast on olulised. Töötavate ja mittetöötavate töötajate võrdluses leiti erinevusi väidete lõikes. Järgnevatel uurimustel võib keskenduda rohkem nende gruppide erinevustele ja sarnasustele ning lülitada uurimusse ka hinnang, kui oluline on töötajal mingi kindla ajaperioodi jooksul tööd saada. Meeste ja naiste vastuste erinevused olid ootuspärased. Naised peavad olulisemaks alateadlikult endast jäetava mulje jälgimist, intervjuueeriya reaktsioonide jälgimist ja riitumist. Need tulemused on kooskõlas ka varasemate uurimustega. Mehed pidasid oluliseks aga situatiivselt olulist käitumist nagu intervjuueeriya tähelepanu saavutamist ning visuaalse dominantsusega seotud teguri nagu silmavaatamise reguleerimist. Uurimus võimaldas grupeerida vastajad kontrollikeskme, tunnetatud võimekuse ja enesehinnangu järgi ning leida gruppide vahelisi erinevusi. Kõik statistiliselt olulised erinevused on esitatud tulemuste alajaotuse all.

Tulevikus võib olla huvitav konstrueerida uurimus, kus küsitletakse eelnevalt töötajaid avatud küsimustega, et moodustada loetelu tegevustest ja omadustest, mida nad ise peavad oluliseks tööintervjuul. Seejärel saab nende eneste poolt koostatud loetelu abil küsitleda, kui oluliseks nad üht või teist tegevust ning omadust peavad, ning nende

vastuseid saab võrrelda teoreetiliste uurimustega. Mõtteainet edasisteks uurimusteks võib leida ka töötavate ja mittetöötavate inimeste arvamuste võrdlusest.

Tööintervjuul oluliseks peetavate tegevuste kindlaksmääramine ja võrdlemine teaduslike uurimuste abil analüüsitud mulje kujunemisel olulist rolli mängivate tegevuste ja omadustega võib anda kasulikku teavet värbamisega tegelevatele inimestele ja koolitajatele, kes soovivad tõsta töötajate läbilöögivõimelisust.

### **Autori märkused**

Autor tänab oma juhendajat Toomas Niitu ja Helen Hinnot CV-ONLINE ärijuhti ja Kadri Johansonit CV-Keskuse ärijuhti koostöö eest.

VIITED

- Abrami, P. C., Leventhal, L., & Perry, R. P. (1982). Educational seduction. *Review of Educational Research*, 52, 446- 464.
- Adelmann, P. K., & Zajonc, R. B. (1989) Facial efference and the experience of emotion. *Annual Review of Psychology*, 40, 249-280.
- Albright, L., Kenny, D. A., & Malloy, T. E. (1988). Consensus in personality judgments at zero acquaintance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 387- 395.
- Avery, D. R. (2003). Personality as a predictor of the value of voice. *Journal of Psychology*, 137, 435-446.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84, 191-215.
- Bandura, A. (1981). The self and mechanisms of agency. In J. Suls (Ed.), *Psychological perspectives on the self* (Vol. 1). Hillsdale, N.J.: Erlbaum.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37, 122-147.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1994). Self-efficacy. In V. S. Ramachaudran (Ed.), *Encyclopedia of human behavior* (Vol. 4, pp. 71-81). New York: Academic Press. (Reprinted in H. Friedman [Ed.], *Encyclopedia of mental health*. San Diego: Academic Press, 1998).
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W.H. Freeman.
- Bandura, A., & Cervone, D. (1983). Self-evaluative and self-efficacy mechanisms governing the motivational effects of goal systems. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 1017-1028.
- Baumeister, R. F., Hutton, D. G., & Tice, D. M. (1989). Cognitive processes during deliberate self-presentation: How self-presenters alter and misinterpret the behavior of their interaction partners. *Journal of Experimental Social Psychology*, 25, 59-78.
- Berscheid, E. (1985). Interpersonal attraction. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds), *Handbook of social psychology* (3rd ed., Vol.2, pp. 413-484). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Berscheid, E., & Walster, E. (1974). Physical attractiveness. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 7). New York: Academic Press.
- Bless, H., & Schwarz, N. (1999). Sufficient and necessary conditions in dual-mode models: The case of mood and information processing. In S. Chaiken & Y. Trope (Eds.), *Dual-process theories in social psychology* (pp. 423-440). New York: Guilford Press.

Bodenhausen, G. V. (1990). Stereotypes as judgemental heuristics. Evidence of circadian variations in discrimination. *Psychological Science*, 1, 319-322.

Bodenhausen, G. V. (1993). Emotions, arousal, and stereotypic judgments: A heuristic model of affect and stereotyping. In D. M. Mackie & D. L. Hamilton (Eds.), *Affect, cognition, and stereotyping* (pp.13-37). San Diego, CA: Academic Press.

Bodenhausen, G.V., & Macrae, C. N. (1994). Coherence versus ambivalence in cognitive representations of persons, In R.S Wyer, JR. (Ed.), *Advances in Social Cognition : Associated systems theory: A systematic approach to cognitive representations of persons* (vol. 7, pp 149-156). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Bodenhausen, G.V., & Macrae, C. N. (1998). Stereotype activation and inhibition, In R.S Wyer, JR. (Ed.), *Advances in Social Cognition* (vol. 11). Mahwah, NJ: Erlbaum, 1-52.

Borkenau, P., & Liebler, A. (1992). Trait inferences: Sources of validity at zero acquaintance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 645-657.

Borkenau, P., & Liebler, A. (1993). Convergence of stranger ratings of personality and intelligence with self-ratings, partner ratings, and measured intelligence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 546- 553.

Bracken, B. A., Bunch, S., Keith, T. Z., & Keith, P. B. (2000). Child and adolescent multidimensional self-concept: A five-instrument factor analysis. *Psychology in the Schools*, 37, 483-493.

Brewer, M. B. (1988). A dual process model of impression formation. In R. S. Wyer & T. K. Srull (Eds.), *Advances in social cognition* (Vol. 1, pp. 1-36). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Brown, I., Jr., & Inouye, D. K. (1978). Learned helplessness through modeling: The role of perceived similarity in competence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 900-908.

Buck, R. (1975). Nonverbal communication of affect in children. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 644- 653.

Buck, R. (1989). Emotional communication in personal relationships: A developmental-interactionist view. In C. D. Hendrick (Ed.), *Review of personality and social psychology*, Vol. 10: *Close relationships* (pp. 84- 96). Newbury Park, CA: Sage.

Byrne, D. (1971). *The attraction paradigm*. New York: Academic Press.

Carli L. L., (1999). Gender, interpersonal power, and social influence *Journal of Social Issues*, 55, 81-100.

Chen, G., Gully, S. M., & Eden, D. (2000). Generalized self-efficacy and self-esteem are distinguishable constructs. Paper presented at the 60<sup>th</sup> Annual Meeting of the Academy of Management (Organizational Behavior Division), Toronto, Canada.

Chen, G., Gully, S. M., & Eden, D. (2001). Validation of a New General Self-Efficacy Scale. *Organizational Research Methods*, 4, 62-83.

- Chen, G., Gully, S. M., & Eden, D. (2004). General self-efficacy and self-esteem: Toward theoretical and empirical distinction between correlated self-evaluations. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 375-395.
- Cialdini, R. B. (1993). *Influence: Science and practice* (3rd ed.). New York: HarperCollins.
- Cline, T. W., & Kellaris, J. J. (1999). The joint impact of humor and argument strength in a print advertising context: A case for weaker arguments. *Psychology & Marketing*, 16, 69-86.
- Corwyn, R. F. (2000). The factor structure of global self-esteem among adolescents and adults. *Journal of Research in Personality*, 34, 357-379.
- Day, R., Allen, T.D. (2003). The relationship between career motivationa and self-efficacy with protege career success. *Journal of Vocational Behavior*.
- DePaulo, B. M. (1991). Nonverbal behaviour and self-presentation: A developmental perspective. In R. S. Feldman & B. Rime (Eds.), *Fundamentals of nonverbal behavior* (pp. 351- 397). Cambridge University Press.
- DePaulo, B. M. (1992). Nonverbal behavior and self-presentation. *Psychological Bulletin*, 111, 203- 243.
- DePaulo, B. M., Blank, A. L., Swain, G. W., & Hairfield, J. G. (1992). Expressiveness and expressive control. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18, 276-285.
- DePaulo, B. M., Epstein, J. A., & Wyer, M. M. (1993). Sex differences in lying: How women and men deal with the dilemma of deceit. In M. Lewis & C. Saarni (Eds.), *Lying and deception in everyday life* (pp. 126-147). New York: Guilford.
- Dieserud, G., Roysamb, E., Braverman, M. T, Dalgard, O. S., & Ekeberg, O. (2003). Predicating repetition of suicide attempt: A prospective study of 50 suicide attempters. *Archives of Suicide Research*, 7,1-15.
- Dion, K. K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 285-290.
- Dodgson, P. G., & Wood, J. V. (1998). Self-esteem and the cognitive accessibility of strengths and weaknesses after failure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 178-197.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1975). An attribution analysis of the effect of communicator characteristics on opinion change: The case of communicator attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, 136-144.
- Eden, D., & Aviram, A. (1993). Self-efficacy training to speed reemployment: Helping people to help themselves. *Journal of Applied Psychology*, 78(3), 352-360.
- Eden, D., & Kinnar, J. (1991). Modeling Galatea: Boosting self-efficacy to increase volunteering. *Journal of Applied Psychology*, 76, 770-780.

- Feldman, R. S. (1976). Nonverbal disclosure of teacher deception and interpersonal affect. *Journal of Educational Psychology*, 68, 807- 816.
- Fiske, S. T., & Neuberg, S. L. (1990). A continuum model of impression formation: From category-based to individuating process as a function of information, motivation, and attention. *Advances in Experimental Social Psychology*, 23, 1-18.
- Fleming, J. S., & Courtney, B. E. (1984). The dimensionality of self-esteem: II. Hierarchical facet model for revised measurement scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 404-421.
- Foschi, M., Lai, L., & Sigerson, K. (1994). Gender and double standards in the assessment of job applicants. *Social Psychology Quarterly*, 57, 326-339.
- Freedman, J. L., Sears, D. O., & Carlsmith, J. M. (1978). *Social psychology* (3rd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Friedman, H. S., Prince, L. M., Riggio, R. E., & DiMatteo, M. R. (1980). Understanding and assessing nonverbal expressiveness: The Affective Communication Test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 333- 351.
- Friedman, H. S., Riggio, R. E., & Casella, D. F. (1988). Nonverbal skill, personal charisma, and initial attraction. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 14, 203-211.
- Gallaher, P. E. (1992). Individual differences in nonverbal behavior: Dimensions of style. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63,133-145.
- Gifford, R. (1994). A lens-mapping framework for understanding the encoding and decoding of interpersonal dispositions in nonverbal behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 398-412.
- Gilbert T. D., Fiske S.T., & Lindzey G. (Eds.) (1998). *The handbook of social psychology* (4<sup>th</sup> ed). New York: McGraw-Hill.
- Gilbert, D. T., & Malone, P. S. (1995). The correspondence bias. *Psychological Bulletin*, 117, 21- 38.
- Gilbert, D. T., & Hixton, J. G. (1991). The trouble of thinking: Activation and application of stereotypic Beliefs, *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 509-517.
- Giora, R., & Fein, O. (1999). Irony comprehension: The graded salience hypothesis. *Humor: International Journal of Humor Research*, 12, 425-436.
- Goffman E. (1967). *Interaction ritual: Essays in face-to-face behavior*. Chicago: Aldine.
- Goffman,E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Garden City, NY: Doubleday, Anchor.
- Halberstadt, A. (1991). Family patterns of nonverbal development. In R. S. Feldman & B. Rime (Eds.), *Fundamentals of nonverbal behavior*. Cambridge: Cambridge University Press.

Hall J. A. & Friedman G. B., (1999). Status, gender, and nonverbal behavior: A study of structured interactions between employees of a company. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25(2), 1082-1091.

Hampes, W. P. (1999). The relationship between humor and trust. *Humor: International Journal of Humor Research*, 12, 253-259.

Hennigan, K. M., Cook, T. D., & Gruder, C. I. (1982). Cognitive tuning set, source credibility, and the temporal persistence of attitude change. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 412-425.

Higgins, E. T., & Kruglanski A. W. (1996). *Social psychology: Handbook of basic principles*. New York: The Guilford Press.

Hovland C. I., Janis I. L., & Kelley, J. J. (1953) *Communication and persuasion*. New Haven: Yale University Press.

Iedema, J., & Poppe, M. (1994). The effect of self-presentation on social value orientation. *Journal of Social Psychology*, 134(4).

Jones, E. E. (1990). *Interpersonal perception*. New York: Freeman.

Jones, E. E., & Pittman, T.S. (1982). Toward a general theory of strategic self-presentation. In J. Suls (Ed.), *Psychological perspectives on the self* (Vol. 1, pp. 231-262). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Judge, T.A., Eres, A., & Bono, J.E. (1998). The power of being positive: The relation of positive self-concept and job performance. *Human Performance*, 11(2/3), 167-187.

Judge, T.A., Eres, A., Bono, J.E., & Thorensen, C. J. (2002) Are measures of self-esteem, neuroticism, locus of control, and generalized self-efficacy indicators of common core construct? *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(3), 693-710.

Jorgensen, P. F. (1998). Affect, persuasion, and communication processes. In P. A. Andersen & L. K. Guerrero (Eds.), *Handbook of communication and emotion: Research, theory, applications, and contexts* (pp. 403-422). San Diego, CA: Academic Press.

Jürman, P. (2007). *Eelkooliealiste laste emade pere ja karjääriga seotud hoiakud, nende seosed tunnetatud võimekuse ning eluga rahuloluga*. Bakalaureusetöö. Tallinn: Tallinna Ülikool. Psühholoogiaosakond.

Koivula, N. (1998). Central, local, and overall ratings of perceived exertion during cycling and running by women with an external or internal locus of control. *Journal of General Psychology*, 1, 17-30.

Kuiper, N. A., McKenzie, S. D., & Belanger, K. A. (1995). Cognitive appraisals and individual differences in sense of humor: Motivational and affective implications. *Personality and Individual Differences*, 19, 359-372.

Kullasepp, K. (2002). *Isikuslikud näitajad kui toimetuleku ressursid: Nendevahelised seosed ja dünaamika. Keskkooli õpilaste uurimus*. Magistritöö. Tallinn: Tallinna Pedagoogikaülikool. Psühholoogiaosakond.

- Lane, A. M., Jones, L., & Stevens, M. (2002). Coping with failure: The effects of self-esteem and coping on changes in self-efficacy. *Journal of Sport Behavior*, 25, 331-345.
- Lane, J., Lane, A., M., & Kyprianou, A. (2004). Self-efficacy, self-esteem and their impact on academic performance. *Social Behavior and Personality*, 32(3), 247-256.
- Larrance, D. T., & Zuckerman, M. (1981). Facial attractiveness and vocal likability as determinants of nonverbal sending skills. *Journal of Personality*, 49, 349-362.
- Leary, M. R. (1993). The interplay of private self-process and interpersonal factors in self-presentation. In J. Suls (Ed.), *Psychological perspectives on the self* (Vol. 1, pp. 231-262). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Leary, M. R. (1995). *Self-presentation: Impression management and interpersonal behavior*. Madison, WI: Brown & Benchmark.
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological Bulletin*, 107, 34-47.
- Lightsey, J. O. R., Burke, M., Ervin, A., Henderson, D., & Yee, C. (2006). Generalized Self-Efficacy, Self-Esteem, and Negative Affect. *Canadian Journal of Behavioral Science*, 38(1), 72-80.
- Little, J. (2001). The effectiveness of humor in persuasion: The case of business ethics training. *Journal of General Psychology*, 4, 206-217.
- Mackie, D. M., & Worth, L. T. (1989). Processing deficits and the mediation of positive affect in persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 27-40.
- Manstead, A. (1991). Expressiveness as an individual difference. In R. S. Feldman & B. Rime (Eds.), *Fundamentals of nonverbal behavior*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Meyer, J. C. (1997). Humor in member narratives: Uniting and dividing at work. *Western Journal of Communication*, 61, 188-208.
- McRae, C. N., Milne, A. B., & Bodenhausen, G. V. (1994). Stereotypes as energy-saving devices: A peek inside the cognitive toolbox. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 37-47.
- Mills, J., & Harvey, J. (1972). Opinion change as a function of when information about the communicator is received and whether he is attractive or expert. *Journal of Personality and Social Psychology*, 21, 52-55.
- Mone, M. A., Baker, D. D., & Jeffries, F. (1995). Predictive validity and time dependency of self-efficacy, self-esteem, personal goals, and academic performance. *Educational & Psychological Measurement*, 55, 716-727.
- Moradi, B., & Hasan, N. T. (2004). Arab American persons' reported experiences of discrimination and mental health: The mediating role of personal control. *Journal of Counseling Psychology*, 51, 418-428.

- Osterhouse, R., & Brock, T. (1970). Distraction increases yielding to propaganda by inhibiting counterarguing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 15, 344-358.
- Pendry, L. F., & Macrae, C. N. (1996). What the disinterested perceiver overlooks: Goal-directed social categorization, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 3, 250-257.
- Petty R. E. & Cacioppo J. T., (1981). *Attitudes and persuasion: Classic and contemporary approaches*. Dubuque: Iowa, Wm. C. Brown.
- Pullmann, H., & Allik, J. (2000). The Rosenberg Self-Esteem Scale: Its dimensionality, stability and personality correlates in Estonian. *Personality & Individual Differences*, 28, 701-715.
- Quinn, K. A., Macrae, C. N., & Bodenhausen, G.V. (2007). Stereotyping and impression formation: How caategorical thinking shapes person perception, In M. A. Hogg, J.Cooper, (Ed.), *The sage handbook of social psychology* pp. 68-92. Sage Publications Ltd, London,.
- Reis, H. T., Wheeler, L., & Nezlek, J. (1980). Physical attractiveness in social interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 604-617.
- Riggio, R. E. (1986). Assessment of basic social skills. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 649- 660.
- Rokeach, M. (1960). *The open and closed mind*. New York: Basic Books.
- Romero, A. A., Agnew, C. R., & Insko, C. A. (1996). The cognitive mediation hypothesis revisited: An empirical response to methodological and theoretical criticism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 651-665.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and adolescent self-image*. Princeton. NJ: Princeton University Press.
- Rosenthal, R., & DePaulo, B. M. (1979a). Sex differences in accommodation in nonverbal communication. In R. Rosenthal (Ed.), *Skill in nonverbal communication* (pp. 68-103). Cambridge, MA : Oelgeschlager, Gunn & Hain.
- Rosenthal, R., & DePaulo, B. M. (1979b). Sex differences in eavesdropping on nonverbal cues. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 273- 285.
- Rotter, J. B. (1954). *Social learning and clinical psychology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(No. 609), 1-28.
- Rudman, L. A. (1998). Self-promotion as a risk factor for women: The costs and benefits of counter-stereotypical impression management. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 629-645.

- Sabatelli, R. M., & Rubin, M. (1986). Nonverbal expressiveness and physical attractiveness as mediators of interpersonal perceptions. *Journal of Nonverbal Behavior*, 10, 120-133.
- Schlenker, B. R. (1980). *Impression management*. Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Schunk, D. H. (1981). Modeling and attributional effects of children's achievement: A self-efficacy analysis. *Journal of Educational Psychology*, 73, 93-105.
- Sherif, M., & Sherif, C. W. (1953). *Groups in harmony and tension*. New York: Harper & Row.
- Sherer, M., Maddux, J. E., Mercandante, B., PrenticeDunn, S., Jacobs, B., & Rogers, R. W. (1982). The Self-efficacy Scale: Construction and validation. *Psychological Reports*, 51, 663-671.
- Simons H. W. (2001). *Persuasion in society*. London: Sage Publications.
- Sinclair, R C., Mark, M. M., & Clore, G. L. (1994). Mood-related persuasion depends on (mis) attributions. *Social Cognition*, 12, 309-326.
- Smith, R. E. (1989). Effects of coping skills training on generalized self-efficacy and locus of control. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 228-233.
- Spencer, S. J., Fein, S., Wolfe, C.T., Fong, C., & Dunn, M. (1998). Automatic activation of stereotypes: The role of self-image threat, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, 1139-1152.
- Sparrow, P. (1997). Organizational competencies: A valid approach for the future? In N.R. Anderson & P. Herriot (Eds) *International handbook of selection and assessment*. Chichester: Wiley, 1997.
- Stroebe, W. (1999). The return of the one-track mind. *Psychological Inquiry*, 10(2), 173-176.
- Sullins, E. S. (1989). Perceptual salience as a function of nonverbal expressiveness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 15, 584- 595.
- Swim, J., Borgida E., Maruyama G., & Myers D. G. (1988). Joan McKay versus John McKay: Do gender stereotypes bias evaluations? *Psychological Bulletin*, 105, 409-429.
- Tennokese, K. (2006). *Kontrollikese ja tunnetatud võimekus kui karjääriotsustega seotud tegur*. Magistritöö. Tallinn: Tallinna Ülikool. Psühholoogiaosakond.
- Tomas, J. M., & Oliver, A. (1999). Rosenberg's self-esteem scale: Two factors or method effects. *Structural Equation Modeling*, 6, 84-98.
- Tucker, J. S., & Riggio, R. E. (1988). The roll of social skills encoding posed and spontaneous facial expressions. *Journal of Nonverbal Behavior*, 12, 87-97.

- VanVianen, A. E. M. (1999). Managerial self-efficacy, outcome expectancies, and work-role salience as determinants of ambition for managerial position. *Journal of Applied Social Psychology, 29*(3), 639-665.
- Wallston, B., & O'Leary, V. (1981). Sex makes difference: Differential perceptions of women and men. *Review of Personality and Social Psychology, 2*, 9-41.
- Walker, J. (2001). *Control and the psychology of health*. Philadelphia: Open University Press.
- Walster, B., Aronson, E., & Abrahams, D. (1966). On increasing the persuasiveness of a low prestige communicator. *Journal of Experimental Social Psychology, 2*, 325-342.
- Weinberg, R. S., Gould, D., & Jackson, A. (1979). Expectations and performance: An empirical test of Bandura's self-efficacy theory. *Journal of Sport Psychology, 1*, 320-331.
- Wiest, D. J., Wong, E. H., & Kreil, D. A. (1998). Predictors of global self-worth and academic performance among regular education, learning disabled, and continuation high school students. *Adolescence, 33*, 601-618.
- Whitney, K., Sagrestano, L. M., & Maslach, C. (1994). Establishing the social impact of individualisation. *Journal of Personality and Social Psychology, 66*, 1140-1153.
- Woodruff, S. L., & Cashman, J. R. (1993). Task, domain, and general efficacy: A reexamination of the Self-efficacy Scale. *Psychological Reports, 72*, 423-432.
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology Monograph Supplement, 9*, 1-27.
- Zuckerman, M., Hall, J. A., DeFrank, R. S., & Rosenthal, R. (1976). Encoding and decoding of spontaneous and posed facial expressions. *Journal of Personality and Social Psychology, 34*, 966-977.
- Zuckerman, M., Larrance, D. T., Hall, J. A., DeFrank, R. S., & Rosenthal, R. (1979). Posed and spontaneous communication of emotion via facial and vocal cues. *Journal of Personality, 47*, 712-733.