

ПСИХОЛОГИЯ

УДК 159.9.

Цель исследования – изучение организации пространства взаимодействия (делового общения) субъектов совместной деятельности; предмет – стили делового общения (СДО) менеджеров современных коммерческих организаций. Установлено, что: 1) стили делового общения профессиональных коммуникаторов (менеджеров и руководителей подразделений коммерческих компаний) отличаются сравнительно высокой выраженностью компонентов стиля, которые характеризуются выраженной межиндивидуальной вариативностью; 2) особенности стилей субъектов, удобного вышестоящего руководителя и стиля удобного партнера различаются; 3) в процессе взаимодействий субъектов совместной деятельности формируется целостное и своеобразно структурированное пространство деятельности (пространство делового общения). Разные компоненты стилей делового общения играют разную роль в становлении и структурировании пространства деятельности.

Ключевые слова: организация, пространство, стили, деловое, общение, менеджеры, субъекты, руководитель, подчиненный

The purpose of the study was to study the organization of the interaction space (business communication) of the subjects of joint activities; the subject is the business communication styles (DLS) of managers of modern commercial organizations. It has been established that: 1. Business communication styles (LMS) of professional communicators (managers and managers of commercial companies) are characterized by relatively high severity of style components. All components of styles are characterized by pronounced interindividual variation. 2. The features of the subjects' styles, for them a convenient supervisor and a style for a convenient partner, differ. In different subcultures, the measure and peculiarities of differences in the DLS of the subjects, as well as their convenient partners, are different. 3. In the process of interaction between the subjects of joint activities, an integral and uniquely structured space of activity is formed. Different components of business communication styles play different roles in the formation and structuring of the activity space (communication space).

Keywords: organization, space, styles, business, communication, managers, subjects, leader, subordinate

В. А. Толочек

Стили делового общения менеджеров: организация пространства*

Научная статья

V. A. Tolocek

Managers' business communication styles: space organization

Scientific article

Введение. При широком изучении стилей с середины XX ст. (стилей руководства, деятельности, стилей делового общения и др.) выявляются «лакуны», аспекты, в свое время недооцененные учеными. Например, до настоящего времени наименее изученными остаются вопросы детерминации стилей условиями социальной среды; вопросы активной организации субъектами пространства их жизненной активности – пространства деятельности, пространства общения и т. п. [1–7]. Актуальными, но малоизученными остаются вопросы детерминации стилей субъектов

со стороны возраста, социального опыта (стажа работы, семейного стажа и др.), гендера а в широком смысле – вопросы социальной эволюции субъектов, отраженные в их стилях [4–5; 8–12]. Наиболее интересными в этом плане видятся *стили взаимодействия* субъектов – стили руководства, общения, воспитания, судейства, консультирования [7; 10–13]. Можно предполагать, что в разных субкультурах получают поддержку и находятся в более благоприятных условиях представители определенных стилей (руководства, деятельности, общения) и что они могут иметь доминирующие

* Исследования поддержаны грантом ОГОН РФФИ № 17-06-00200 «Стили делового общения: пространство и ресурсы взаимодействия субъектов».

© Толочек В. А., 2019

позиции и решающее влияние на ситуации и процессы в организации [4–5; 7–13].

Пожалуй, наиболее удобными моделями для изучения отмеченных выше вопросов могут выступать стили, не имеющие жесткой социальной составляющей и социальной «огранки». К таким стилям, позволяющим изучать и проследить процессы самоорганизации и эволюции разных социальных объектов, можно относить *стили делового общения (СДО)*. Разные СДО, как правило, не имеют четкой иерархической «вертикальной» организации, которая бы ставила субъектов в заведомо неравные социальные позиции и изначально предопределяла их отношения и взаимодействия. Сама актуальная («здесь и теперь») организация пространства взаимодействий субъектов во многом является функцией их стилей.

Цель, предмет и методы исследования. Цель – изучение организации пространства взаимодействия (делового общения) субъектов совместной деятельности. *Предмет* – стили делового общения менеджеров современных коммерческих организаций. *Гипотезы:* 1. Стили делового общения (СДО) субъектов совместной деятельности взаимно согласованы; 2. СДО субъектов совместной деятельности находятся в динамичных причинно-следственных отношениях, согласованных с особенностями социальной мезо- и микросреды (корпоративной культуры организации и др.). *База исследований:* крупная российская коммерческая компания (ЗАО «Мага-Макс») и ряд сотрудников малых и средних коммерческих организаций (условно названных группа «Микс»). В первой компании опрашивались менеджеры и линейные руководители подразделений (24 чел.) – мужчины (3 чел.) и женщины (21 чел.) в возрасте от 20 до 39 лет; вторую (25 чел.) выборку составляли мужчины (11 чел.) и женщины (14 чел.) в возрасте от 20 до 40 лет. *Методы исследования:* опрос экспертов (руководителей подразделений и опытных работников компании); психодиагностика (тест-опросники 16 Р. Б.Кеттелла, УСК; методика изучения корпоративной культуры Д. Денисона); исследовательская методика – анкета «Стили делового общения» (СДО).

Методика «Стили делового общения» включает 33 пункта, которые ориентированы на выявление доминирующих функций в общении, стратегий поведения субъекта, репертуара средств общения и субъективно удобных для него условий общения. Респондентам предлагалось по 10-балльной

шкале (от 0 до 9 баллов) оценивать меру предпочтения, удобства и/или частоты использования ими представленных в анкете компонентов стилей. Для уточнения роли социально-демографических факторов использовались данные «шапки» анкеты СДО; для изучения пространства общения – разные концепты «Я», «Субъективно удобный (неудобный) партнер (руководитель, подчиненный, коллега)»; для изучения эволюции стилей – «Я-актуальный», «Я-в прошлом», «Я-в будущем», «Я-идеальный». В предварительных исследованиях получены удовлетворительные характеристики надежности и валидности опросника.

Результаты исследования. В настоящем обзоре представлены результаты изучения СДО, отраженных в описании респондентами концептов «Я», «Субъективно удобный партнер – вышестоящий руководитель» («СУП ВР») и «Субъективно удобный партнер – подчиненный» («СУП П»). Обе выборки были типичными по составу мужчин/женщин, руководителей/специалистов, по возрасту и полу; обе выборки были сопоставимы по социально-демографическим характеристикам с данными работников других современных коммерческих организаций [11–12]. На 1-м этапе изучался состав СДО – мера выраженности компонентов стилей, отраженных в трех концептах («Я», мой стиль; «СУП ВР» – особенности стиля субъективно удобного вышестоящего руководителя; «СУП П» – особенности стиля субъективно удобного подчиненного) и мера связей компонентов в границах одного стиля и между стилями партнеров. (В данной работе связи особенностей стилей общения с социально-демографическими и психологическими характеристиками не рассматривались.)

Ожидалось, что мера представленности большей части составляющих СДО будет выше среднего, что и подтвердилось. По большей части переменных в 31 случае из 33 в концепте «Я» (т. е. при описании своего стиля) средние были выше 5 баллов (при 0 – минимальном значении и 9 – максимальном), т. е. выше 67 % диапазона шкалы. Более низкие оценки по двум компонентам отражали не функциональные ограничения стилей менеджеров, а относились к социальным, профессиональным, этическим ограничениям (к которым условно можно относить акцентированное использование стратегий избегания и обращение к угрозам). Аналогично были представлены и два других концепта: стили «субъективно удобного партнера – вышестоящего руко-

водителя» («СУП ВР») и «субъективно удобного партнера – подчиненного» («СУП П»).

Сравнительно высокие значения выраженности составляющих СДО в трех концептах («Я», «СУП ВР» и «СУП П») менеджеров в двух выборках были ожидаемы [12–13], как и высокая межиндивидуальная вариативность, что отражает сущность стиля как психологического феномена. Тесные, умеренно тесные и слабые связи части компонентов СДО в трех концептах, адресованных к трем типам партнеров, взаимодействующим в организационной среде, мы относим к предмету наших исследований. Часть компонентов СДО, согласно установленным корреляциям, являются «универсальными», равно присущими профессиональным коммуникаторам, часть – специфичными, связанными с особенностями социальной среды. Такие факты имеют несомненную научную новизну.

Обсуждение результатов исследования

В идеале можно было бы ожидать, что стили, отраженные в разных концептах менеджеров как представителей социономической профессии, будут достаточно выраженными и гармоничными; что у менеджеров как профессиональных коммуникаторов стили будут сопряженными с успешностью их профессиональной деятельности, т. е. связанными с успешностью их активных коммуникаций, причем не только в передаче и приеме сообщений, но и в организации самого пространства взаимодействий партнеров, совместной деятельности субъектов, будут характеризовать их как «активных субъектов своей жизнедеятельности» (по К. А. Абульхановой-Славской). В идеале можно было бы ожидать, что СДО менеджеров крупных торговых компаний и особенности согласованности СДО взаимодействующих партнеров будут в известном смысле «эталонными», демонстрирующими и отражающими принципиальные аспекты взаимной интеграции стилей субъектов совместной деятельности. Наряду с подобными ожиданиями, следовало допускать, что в силу разных причин мы не встретим «правильных» стилей, не увидим «красивой картины» взаимодействия людей в условиях нашей исторической действительности. Если, согласно результатам наших ранних исследований на моделях спорта высших достижений, даже у мастеров спорта и мастеров спорта международного класса, имели место серьезные «изъяны» в организации и вариациях их стилей деятельности [11], то едва ли можно ожидать, что в сферах деятельности с менее жесткими требованиями

к субъекту, с меньшей нормой профессионального отбора, с менее выраженной мотивацией успеха, при меньшей приверженности к организации, коллегам, стили субъектов будут близки к ожидаемому «идеалу». К сожалению, наши худшие ожидания были подтверждены.

Обобщая, отметим, что полученные результаты хорошо согласуются с обнаруженными ранее [12; 13]. Новым можно считать то, что аспекты социальной детерминации в этой разновидности стилей выражены довольно сильно и, возможно, превосходят другие возможные детерминанты (личностные и интеллектуальные особенности, социально-демографические и должностные).

Рассматривая *средние групповые статистики*, отметим, что за исключением 2-3 составляющих (или 6–9 % от общего числа) все они выше 4,00 баллов. Другими словами, в обеих выборках в отношении взаимодействующих партнеров менеджеры как профессиональные коммуникаторы довольно часто активно используют почти все средства делового общения, представленные в нашей анкете (что косвенно указывает на валидность методики). Анализируя *средние групповые статистики*, можно видеть, что: 1) предпочтения, частота использования и/или мера субъективного удобства для менеджеров разных составляющих их стилей различна; 2) предпочтения, частота использования и/или мера субъективного удобства для менеджеров разных составляющих стилей общения удобных для них партнеров различна, причем особенности СДО субъективно удобного вышестоящего руководителя и СДО удобного партнера чаще различаются; 3) в разных субкультурах мера и особенности различий СДО субъектов, а также удобных для них партнеров различны (что видно при сопоставлении результатов анализа в двух выборках); 4) среди множества составляющих СДО выделяются более предпочитаемые всеми составляющие стилей (коммуникативная и информационная функция; стратегия сотрудничества; такие действия, как демонстрация силы, аргументация, организация времени и предоставление времени партнеру, обозначение проблемы; такие условия, как время и психологическая дистанция; в целом – около 33 %). Названные составляющие можно относить к *инвариантным компонентам* стилей делового общения.

Анализируя *коэффициенты линейной корреляции* компонентов стилей, представленных в концептах «Я», «СУП ВР» и «СУП П», можно считать, что: 1) в отношении большей части составляющих

стилей имеет место средняя и тесная связь ($r > 0,500$); 2) теснота связей между составляющими СДО трех взаимодействующих партнеров (отраженных в интеркорреляциях компонентов в концептах «Я», «СУП ВР» и «СУП П») у менеджеров разных компаний различна; 3) теснота связей между составляющими СДО субъекта (концепт «Я») и его двух партнеров чаще различна. В отношении одних компонентов такие связи теснее с удобным руководителем, в отношении других – с субъективно удобным подчиненным. Вероятно, в разных субкультурах мера и особенности связей отдельных составляющих СДО взаимодействующих субъектов различны; 4) ориентируясь на *устойчивость тесноты положительных связей* между составляющими СДО взаимодействующих партнеров у менеджеров, работающих в разных организациях, можно различать сравнительно небольшую долю составляющих СДО (около 20 %), которые являются *инвариантными компонентами* стилей делового общения. К этой группе можно относить такие составляющие стилей, как коммуникативная функция; невербальные действия, привлечения других, определение параметров решения задач, обозначение проблемы, организация пространства и просьбы; 5) среди второй группы составляющих стилей преобладают такие, в которых теснота интеркорреляций между СДО субъекта, СДО удобного для него руководителя и удобного партнера может заметно различаться. Такие составляющие СДО можно условно относить к *вариативно изменчивым компонентам* стилей делового общения (их около 80 %).

Пространство общения (делового общения) имеет сложную организацию. Достаточно близкие значения *средних групповых статистик* у менеджеров разных компаний указывают на то, что *условия социальной мезосреды* в разных организациях достаточно сходны и даже сходно влияют на становление и функционирование стилей сотрудников. Напротив, *высокая вариативность интеркорреляций* между аналогичными компонентами стилей говорит о многообразии и различии *условий социальной микросреды*, в которой взаимодействуют, в которую погружены и которую создают своей активностью конкретные люди, вступая во взаимодействия. Другими словами, в границах большей системы (организации, ее подразделений) мы находим больше сходства, чем в рамках динамично формируемых и сравнительно кратко существующих социальных процессов – отдельных взаимодей-

ствий конкретных менеджеров. Обобщая, можно считать, что имеет место своеобразная завершенная психологическая система, которую весьма условно можно называть *пространством общения*, относительно завершенным пространством взаимодействия субъектов.

Выраженное сходство в отношении одних составляющих стилей и, напротив, различия в отношении других можно понимать как моменты становления и проявления своего рода сил притяжения и отталкивания, сил, упорядочивающих и стабилизирующих взаимодействия социальных объектов. Скорее, среди этих порождаемых и поддерживаемых «сил» можно различать более универсальные, более характерные для той или иной субкультуры, и специфические, активно поддерживаемые или спонтанно порождаемые в процессах функционирования стилей отдельных субъектов.

Ценную информацию мы получаем и при анализе корреляционных плеяд, структур факторов, выделяемых при факторном анализе, меры различия и/или сходства, которые устанавливаются при обращении к t-сравнению. Но небольшие выборки и выраженное влияние субкультуры предостерегают от поспешных и широких обобщений; фокусирование внимания на частностях едва ли оправдано. Рабочие гипотезы получили подтверждение. Но вместе с тем выявляется довольно сложная система связей между социальными объектами разного масштаба.

Выводы:

1. Стили делового общения профессиональных коммуникаторов (менеджеров и руководителей подразделений коммерческих компаний) характеризуются сравнительно высокой выраженностью (предпочтений, частоты проявлений) компонентов стиля (их большей части). Все компоненты стилей характеризуются выраженной межиндивидуальной вариативностью;

2. Особенности стилей субъектов, удобного вышестоящего руководителя и стиля удобного партнера чаще различаются. В разных субкультурах мера и особенности различий СДО субъектов, а также удобных для них партнеров различны;

3. В процессе взаимодействий субъектов совместной деятельности (вышестоящих руководителей – руководителей – подчиненных) формируется целостное и своеобразно структурированное пространство деятельности (пространство делового общения). Разные компоненты стилей делового общения играют разную роль в становлении

и структурировании пространства деятельности (пространства общения);

4. Составляющие стилей можно отнести к *инвариантным компонентам* стилей делового общения и *вариативно изменчивым компонентам*.

Ссылки

1. Карпов А. В. Рефлексивная детерминация деятельности и личности. М.: РАО, 2012. 476 с.

2. Мазилев В. А. Методология психологической науки: История и современность: монография. Ярославль: ЯГПУ, 2017. 435 с.

3. Шадриков В. Д., Мазилев В. А. Общая психология: учебник для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2015. 411 с.

4. Колесникова Е. И. Образ субъективно удобного преподавателя вуза в представлении студентов с различными образовательными результатами // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия «Психология». 2016. № 1 (19). С. 3–17.

5. Леньков С. Л., Рубцова Н. Е. Профессиональное развитие: на перепутье эпох, культур и парадигм // Современные тенденции развития психологии труда и организационной психологии / отв. ред. Л. Г. Дикая, А. Л. Журавлев, А. Н. Занковский. М.: Институт психологии РАН, 2015. С. 64–73.

6. Поваренков Ю. П. Психология профессионального становления личности. Саратов: СГПУ, 2013. 200 с.

7. Поваренков Ю. П., Слепко Ю. Н. Представления учащихся, родителей и методистов об особенностях личности эффективного учителя // Ярославский педагогический вестник. 2014. Т. 2, № 4. С. 25–30.

8. Бочарова Е. Е. Границы социальной активности и субъективное благополучие молодежи // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Психологические науки». 2012. № 3. С. 5–11.

9. Бочарова Е. Е. Социальный капитал как психологический феномен // Изв. Саратов. ун-та. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2018. Т. 18, вып. 4. С. 433–438.

10. Карпов А. В., Маркова Е. В. Стилиевые особенности процесса принятия управленческих решений // Вестник Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова. Серия Гуманитарные науки. 2016. № 3 (37). С. 80–86.

11. Толочек В. А. Стили деятельности: ресурсный подход. М.: Институт психологии РАН, 2015. 366 с.

12. Толочек В. А., Шпитонков С. В., Палт Е. А. «Вертикальная» организация пространства стилей делового общения менеджеров // Изв. Саратов. ун-та. Сер. Акмеология образования. Психология развития. 2017. Т. 6, вып. 2 (22). С. 126–133.

13. Толочек В. А. Профессиональная карьера как социально-психологический феномен. М.: Институт психологии РАН, 2017. 262 с.