

УДК 159.9.075

DOI: 10.34670/AR.2024.60.41.031

Взаимосвязь ограничивающих убеждений руководителей малого бизнеса с особенностями построения внутренней корпоративной коммуникации

Кожевникова Марина Владимировна

Магистрант,
Московский институт психоанализа,
121170, Российская Федерация, Москва, просп. Кутузовский, 34;
e-mail: kozhmar@mail.ru

Аннотация

Важной составляющей эффективности бизнеса выступают внутренние корпоративные коммуникации. К факторам, влияющим на их эффективность, можно отнести сформированные на ранних этапах создания бизнеса или перенятые из социума шаблоны и убеждения, которые зачастую не осознаются руководителями и мешают объективному восприятию и выстраиванию эффективных методов коммуникации. Актуальность исследования подтверждается отсутствием в отечественной библиографии трудов, посвященных данному вопросу, а также тем фактом, что имеющиеся зарубежные труды были разработаны с учетом менталитета стран, в которых они создавались, при этом отсутствуют апробированные методики (программы сопровождения, обучающие курсы) по работе с руководителями в бизнесе в части выявления и трансформации их ограничивающих убеждений. Данная статья посвящена результатам исследования по вопросу взаимосвязи ограничивающих убеждений руководителей малого бизнеса с особенностями построения внутренней корпоративной коммуникации. В исследовании приняли участие 60 руководителей малого бизнеса. Из них 34 мужчины и 26 женщин в возрасте от 34 до 53 лет (средний возраст – 39,2 лет). Также в исследовании приняли участие 203 сотрудника их компаний.

Для цитирования в научных исследованиях

Кожевникова М.В. Взаимосвязь ограничивающих убеждений руководителей малого бизнеса с особенностями построения внутренней корпоративной коммуникации // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2024. Т. 13. № 1А. С. 331-342. DOI: 10.34670/AR.2024.60.41.031

Ключевые слова

Внутренние коммуникации, корпоративные коммуникации, ограничивающие убеждения, установки, руководители, малый бизнес.

Введение

Цель данного исследования заключалась в эмпирической проверке взаимосвязи ограничивающих убеждений руководителей малого и среднего бизнеса с особенностями построения внутренней корпоративной коммуникации в коллективе. Также был проведен сравнительный анализ убеждений руководителей, которые были разделены по размеру бизнеса.

В исследовании использованы авторские анкеты по оценке уровня ограничивающих убеждений в отношении ведения бизнеса и по оценке уровня коммуникативных ограничивающих убеждений, в рамках которой руководители должны были оценить, насколько предложенные утверждения отражают их и насколько они с ними согласны по пятибалльной шкале, где 1 балл – полностью не согласен; 2 балла – скорее не согласен; 3 балла – не знаю/не уверен; 4 балла – скорее согласен; 5 баллов – полностью согласен. Также использованы методика «Диагностика наличия и выраженности иррациональных установок» (СПб) Х. Кассинове в адаптации А. Каменюкина, Д. Ковпака [Каменюкин, Ковпак, 2012], диагностика типа коммуникативной установки В.В. Бойко [Бойко, 1996]. Для оценки особенностей построения внутренней корпоративной коммуникации использовались методика «Диагностика психологического климата в малой производственной группе» В.В. Шпалинского и Э.Г. Шелеста [Фетискин, Козлов, Мануйлов, 2002], анкеты «Оценка различных каналов информации» и «Оценка качества обратной связи» [Киселева и др., 2016].

Основная часть

На сегодняшний день влияние ограничивающих убеждений (чаще всего негативных) на качество жизни, личную эффективность, межличностные отношения и отношения в группах, чувство удовлетворенностью жизнью, успех и на достижение поставленных целей все чаще упоминается в литературе по практической психологии. Однако при более детальном анализе психологической литературы на российском рынке каких-либо специальных опытных научных исследований на эту тему не выявлено. В литературе и профессиональном сообществе наряду с термином «ограничивающие убеждения» синонимически употребляется термин «ограничивающая установка». В зарубежной литературе возможно также встретить термины «Limiting Belief» и «Self-Limiting Belief» [Возняк, Занин, 2022; Ионина, 2021].

Классическим является определение установки/аттитюда, сформированное Г. Олпортом: «Состояние психонервной готовности, сложившееся на основе опыта и оказывающее направляющее и (или) динамическое влияние на реакции индивида относительно всех объектов или ситуаций, с которыми он связан» [Склярова, Бродовская, 2023].

Согласно современному общепсихологическому пониманию, под установкой понимается «готовность к действию и предрасположенность субъекта, возникающая при предвосхищении им появления определенного объекта и обеспечивающая устойчивый целенаправленный характер протекания деятельности по отношению к данному объекту» [Низиенко, 2011, 8].

Считается, что убеждение – это наше личное мнение, уверенность в чем-то, основанное на наших собственных рассуждениях, опыте или убеждениях. Убеждения могут быть сложившимися под влиянием семьи, общества, культуры, образования и других факторов. Они формируются на основе мыслей, чувств и личного опыта. Установка же – это более конкретное, предписывающее мышление, которое может быть навязано внешними источниками, такими как религиозные догмы, политические идеологии или другие авторитеты. Установка может быть

более жесткой и менее подверженной изменениям, потому что она обычно основана на внешних предписаниях, а не на собственном мышлении.

Понятия «установка» и «убеждение» приводятся к одной системе у Ф. Зимбардо и М. Ляйппе [Зимбардо, Ляйппе, 2011]. Указывается на то, что установка является ценностной диспозицией личности по отношению к какому-то объекту, приобретается, усваивается путем научения тенденцией думать о каком-либо человеке, предмете или проблеме определенным образом. Авторы употребляют термин «установочная система» и выделяют в ней когнитивную (убеждения и знания), эмоциональную (аффективные реакции) и поведенческую (сложившиеся поведенческие намерения и предшествующее поведение) составляющие. При этом изменение одного компонента системы влечет изменение всей системы.

О.М. Писарев отмечает, что в целом понятие «установка» варьируется по своему содержанию, что приводит к разной смысловой нагрузке, вкладываемой исследователями в сам изучаемый феномен [Писарев, 2010]. Отсюда и употребление разных понятий: установки и убеждения.

Как мы можем увидеть, разграничить данные понятия достаточно тяжело, поэтому в целом данные понятия всё чаще употребляются как синонимы, как и в нашем исследовании.

На основе проведенного анализа определений иррациональных/ негативных/ ограничивающих установок и убеждений [Авдеева и др., 2009; Ахметзянова, 2004; Бек, Фримен, 2019; Гордеева, 2016; Дилтс, 2022; Склярова, Бродовская, 2023; Хох, Алексеева, 2020; Чупахина, 2002; Zimbardo, Lyaipe, 2011] нами сделан вывод, что ограничивающие убеждения – это убеждения, которые выражаются в форме негативных представлений, знаний или идей и оказывают ограничивающее влияние на поведение и отношение человека к себе, другим людям и окружающему миру. Они характеризуются фиксированностью и ригидностью, включая отрицательные эмоционально-оценочные компоненты, а также когнитивные и поведенческие аспекты. Ограничивающие убеждения могут противоречить реальности и объективным условиям, что приводит к дезадаптации личности и возникновению проблем как в эмоциональном состоянии, так и в успешности деятельности. Они также могут выражаться в форме абсолютизаций, категоричных должествований и вызывать отрицательные эмоции и непродуктивное поведение. Убеждения служат мотивацией и разрешением, поддерживая или подавляя способности и формы поведения.

В результате проведенного теоретического и пилотажного исследования был выявлен ряд общих ограничивающих убеждений в отношении бизнеса для руководителей малого и среднего бизнеса, которые были разделены на 10 групп (представлены в таблице 1). В связи с этим считаем, что, помимо выявленных ограничивающих убеждений руководителя как личности, а также по отношению к бизнесу, у руководителя могут существовать и другие убеждения, связанные именно с отношением к коммуникациям (по сути коммуникативные барьеры), которые нами были выделены на основе необходимых условий для создания эффективной системы внутренних корпоративных коммуникаций (представлены в таблице 2). Также стоит обратить внимание в целом на отношение к общению в психологии, которое определяется так называемой коммуникативной установкой.

Таким образом, определена система ограничивающих убеждений руководителя малого и среднего бизнеса в отношении внутренних корпоративных коммуникаций, которая включает в себя общие иррациональные установки руководителя как личности; ограничивающие убеждения в отношении ведения бизнеса; общую коммуникативную установку руководителя; коммуникативные ограничивающие убеждения.

Теоретическое моделирование возможной взаимосвязи системы ограничивающих убеждений и эффективности коммуникаций позволило сделать вывод, что ограничивающие убеждения руководителя могут повлиять на каждый элемент коммуникации. Они могут формировать коммуникативное поле, определять выбор каналов коммуникации, влиять на содержание сообщений, ограничивать обратную связь и влиять на восприятие и реакцию сотрудников, что было доказано эмпирически.

В среднем по группе руководителей малого бизнеса наиболее выраженными иррациональными установками являются катастрофизация, которая характеризует, насколько негативно люди оценивают разные неблагоприятные ситуации в их жизни, и установка в отношении долженствования себя. В совокупности общая оценка степени рациональности мышления у руководителей малого бизнеса находится на среднем и высоком уровнях (рисунок 1).



Рисунок 1 – Выраженность рациональности мышления и иррациональных установок, в %

Для руководителей малого бизнеса характерным является выраженность (более 3 баллов) следующих убеждений в отношении бизнеса:

- 1) Сотрудники должны принимать решения по всем возникающим вопросам самостоятельно.
 - Общество любит победителей.
 - Вокруг полно более успешных и знающих людей.
 - Работа (бизнес) должна всегда быть в удовольствии.
- 2) Наименее выраженными убеждениями в отношении бизнеса у руководителей (1 балл) являются следующие убеждения:
 - Я и так руководитель – зачем мне развиваться?
 - Во всем виноваты подчиненные.
 - Ради денег можно терпеть унижение.
 - Если я сделаю ошибку, это будет означать, что я бестолковый.

Таким образом, портрет руководителя малого бизнеса по его убеждениям в отношении к бизнесу можно описать следующим образом: руководитель, который максимально даёт свободу своим сотрудникам в принятии решения (возможно, связано с халатностью), но не склонен винить только подчиненных и готов признавать свои ошибки; всегда стремиться к победе и к развитию, но при этом склонен занижать их, считая, что вокруг полно более успешных и знающих людей, бизнес для них должен являться удовольствием, и ради денег они не готовы терпеть унижение (таблица 1).

Таблица 1 – Результаты диагностики по авторской анкете оценки уровня ограничивающих убеждений у руководителей в отношении ведения бизнеса

| Убеждение | Среднее | Стандартное отклонение |
|--|---------|------------------------|
| Правила нельзя нарушать. | 2,78 | 0,97 |
| У опоздания нет оправдания | 1,89 | 0,60 |
| Если подчиненные уходят с работы вовремя, они ленивые. | 1,67 | 1,00 |
| Чтобы все было сделано идеально, нужно контролировать каждый шаг. | 2,56 | 1,42 |
| Если не контролировать – тебя обманут. | 2,33 | 1,12 |
| Я не должен доверять сотрудникам. | 1,67 | 0,71 |
| Большая ответственность – большие проблемы. | 2,44 | 1,51 |
| Чтобы результат был качественный, лучше все сделать самому. | 1,89 | 1,17 |
| Мне нужно больше всех. | 2,22 | 1,39 |
| Не нужно делегировать полномочия и ответственность сотрудникам | 1,22 | 0,44 |
| Я не должен спрашивать мнение сотрудников при принятии важных решений. | 1,56 | 0,53 |
| Делай либо идеально, либо никак. | 2,00 | 1,22 |
| Сотрудники должны всё делать сами. | 2,67 | 1,22 |
| Сотрудники должны принимать решения по всем возникающим вопросам самостоятельно | 3,11 | 0,60 |
| Если давать много свободы подчиненным – тебе сядут на шею. | 2,56 | 1,24 |
| Я лучше знаю, что нужно делать | 2,11 | 0,78 |
| Есть только два мнения: мое и неправильное. | 1,11 | 0,33 |
| Мои сотрудники должны соглашаться со мной всегда (Моя точка зрения самая важная) | 1,22 | 0,44 |
| Я и так руководитель – зачем мне развиваться? | 1,00 | 0,00 |
| Я должен быть лучше, чем другие. | 2,22 | 1,48 |
| Вокруг полно более успешных и знающих людей. | 4,00 | 1,12 |
| Общество любит победителей. | 3,56 | 0,88 |
| Я заслуживаю больше внимания | 2,56 | 1,42 |
| Лучше получать свои стабильные 3 копейки, чем уйти в неизвестность. | 1,33 | 0,71 |
| Нет необходимости признавать заслуги и достижения сотрудников. | 1,44 | 1,01 |
| Я трудолюбив, и все, кто на меня не похож, не заслуживают повышения. | 1,44 | 0,88 |
| Развивать бизнес в России очень тяжело | 2,56 | 1,24 |
| Развитие работников – дело самих работников, а не компании. | 2,11 | 0,93 |
| Зачем вкладываться в развитие, если и так всё работает | 1,78 | 1,30 |
| У меня нет времени и средств для обучения и развития сотрудников | 1,89 | 0,78 |
| Чтобы быть успешным руководителем, нужно, чтобы тебя боялись. | 1,11 | 0,33 |
| Хороших начальников не бывает. | 1,33 | 0,71 |
| Во всем виноваты подчиненные. | 1,00 | 0,00 |
| Во всем виноват я. | 1,56 | 0,88 |
| Подчиненные создают мне только проблемы. | 1,56 | 0,88 |
| Если со мной спорят, меня не уважают. | 1,11 | 0,33 |

| Убеждение | Среднее | Стандартное отклонение |
|--|---------|------------------------|
| Конфликты и споры в коллективе не мое дело. | 1,22 | 0,44 |
| На работе каждый сам за себя. | 1,33 | 1,00 |
| Работа (бизнес) должна всегда быть в удовольствие | 4,00 | 1,00 |
| Бизнес – это только то, что приносит деньги. | 1,89 | 1,05 |
| Работа (бизнес) не должна быть интересной, главное, чтобы платили. | 1,33 | 0,50 |
| За деньги можно и потерпеть | 1,78 | 0,83 |
| Ради денег можно терпеть унижение. | 1,00 | 0,00 |
| Извинение – это проявление слабости. | 1,11 | 0,33 |
| Я не должен показывать уязвимость | 1,78 | 0,97 |
| Если я сделаю ошибку, это будет означать, что я бестолковый. | 1,00 | 0,00 |
| Если я буду принимать помощь, я буду должен/должна. | 2,44 | 1,59 |
| Если я буду просить помощь, мой авторитет упадет. | 1,56 | 0,88 |

В совокупности выраженности компонентов негативной коммуникативной установки у 67% руководителей малого бизнеса она ярко выражена (рисунок 2).

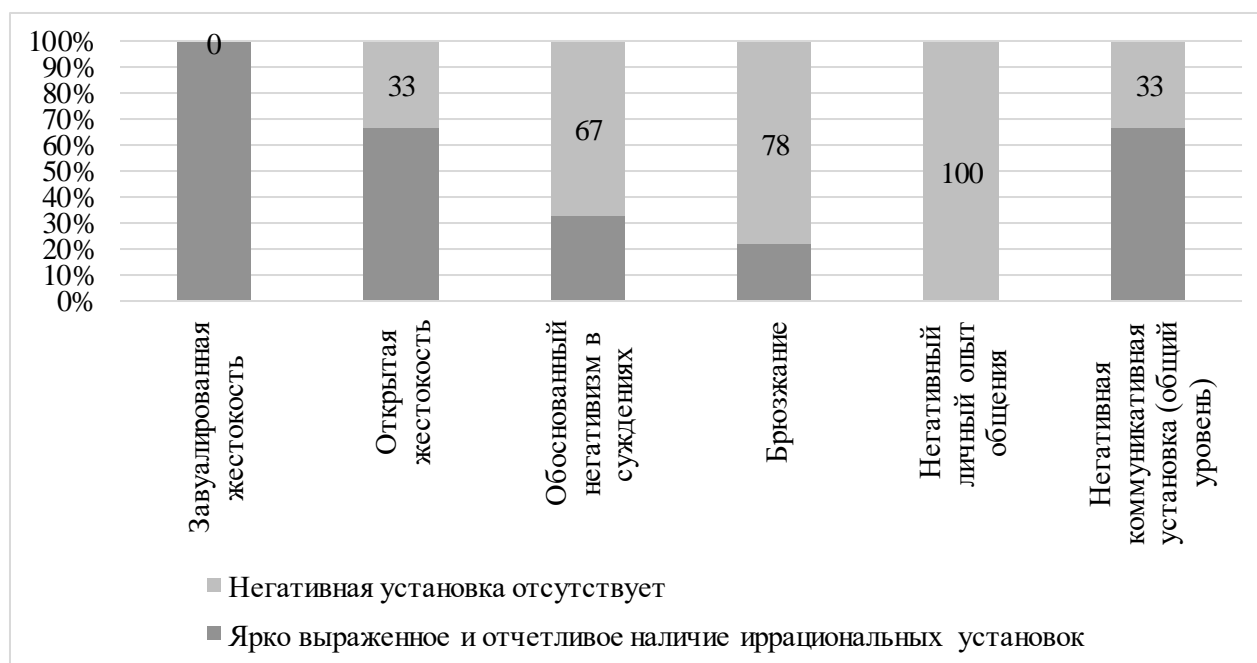


Рисунок 2 – Выраженность негативной коммуникативной установки и её компонентов, в %

Наиболее выраженными коммуникативными ограничивающими убеждениями для руководителей малого бизнеса являются (более 3 баллов):

- Женский коллектив – это всегда сплетни.
- Малый бизнес не требует жесткого корпоративного управления.

Наименее выраженными коммуникативными ограничивающими убеждениями для руководителей малого бизнеса являются:

- Я и так руководитель – зачем мне развиваться?
- Коммуникация – потеря времени.
- Зачем вкладываться в развитие, если и так всё работает (таблица 2).

Таблица 2 – Результаты диагностики по авторской анкете оценки уровня коммуникативных ограничивающих убеждений

| Показатель | Среднее | Стандартное отклонение |
|--|---------|------------------------|
| Я и так руководитель – зачем мне развиваться? | 1,00 | 0,00 |
| Все должны говорить и думать так же, как я | 1,11 | 0,33 |
| Я должен контролировать всю информацию | 1,33 | 0,71 |
| Я должен контролировать каждое сообщение | 1,11 | 0,33 |
| Информация должна держаться в тайне | 2,89 | 0,93 |
| Не стоит тратить время на общение | 1,22 | 0,67 |
| Коммуникация – потеря времени | 1,00 | 0,00 |
| Коммуникация – потенциальный источник конфликтов | 1,44 | 1,33 |
| Развитие работников – дело самих работников, а не компании | 1,44 | 0,88 |
| Зачем вкладываться в развитие, если и так всё работает | 1,00 | 0,00 |
| Женский коллектив – это всегда сплетни. | 3,22 | 1,48 |
| Малый бизнес не требует жесткого корпоративного управления | 3,22 | 1,39 |
| Все должны следовать одной коммуникационной модели | 2,56 | 1,42 |
| Сотрудники не заслуживают моего времени и внимания | 1,11 | 0,33 |
| Похвала и поощрение сотрудников неважны, главное их материально обеспечивать | 1,11 | 0,33 |
| Я не должен допускать критику | 1,67 | 1,12 |
| Обратная связь от сотрудников ничего не даст. | 1,11 | 0,33 |
| Коммуникация – односторонний процесс | 1,11 | 0,33 |

Таким образом, можно сделать вывод, что руководитель малого бизнеса – это человек, который готов вкладываться в развитие бизнеса и себя, он не считает, что коммуникации – это потеря времени, убежден, что малый бизнес не требует жесткого корпоративного управления и уверен, что женский коллектив – это всегда сплетни.

Уровень внутренних корпоративных коммуникаций в компаниях, по мнению руководителей и сотрудников, при этом находятся на достаточно высоком уровне.

Уровень внутренних корпоративных коммуникаций в компаниях, по мнению руководителей и сотрудников, находятся на достаточно высоком уровне, однако сотрудники оценивают коммуникации выше, чем руководители (рисунок 3). А уровень психологического климата (является интегральной оценкой качества внутренних коммуникаций), по мнению руководителей, значительно выше в сравнении с показателями сотрудников (рисунок 4), однако и те, и другие оценивают достаточно высоко.

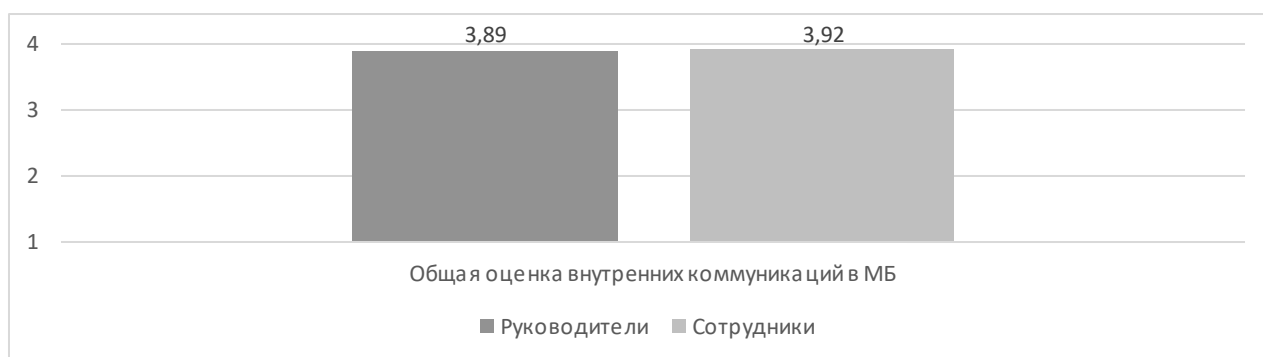


Рисунок 3 – Оценка внутренних корпоративных коммуникаций руководителями и сотрудниками

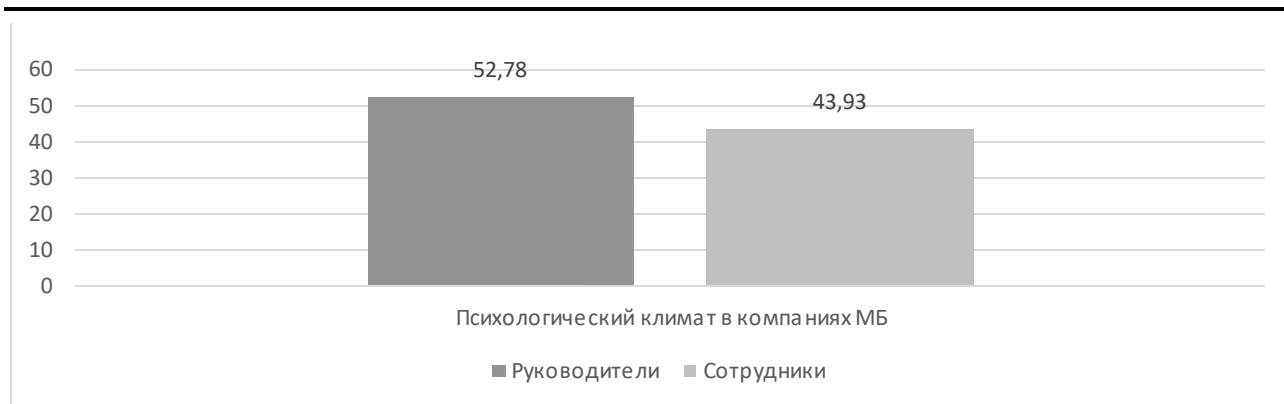


Рисунок 4 – Оценка психологического климата в компании руководителями и сотрудниками

С целью доказательства гипотезы о том, что система ограничивающих убеждений руководителей предприятий малого бизнеса (общие иррациональные установки руководителя как личности; ограничивающие убеждения в отношении ведения бизнеса; общая коммуникативная установка руководителя; коммуникативные ограничивающие убеждения) взаимосвязаны с особенностями внутренней корпоративной коммуникации, нами был проведен корреляционный анализ между показателями выраженности убеждений с показателями климата и коммуникации по оценке руководителей и сотрудников.

Для анализа выбран непараметрический коэффициент Спирмена, так как распределение данных по большинству показателей является ненормальным.

Таблица 3 – Корреляции показателей выраженности установок и ограничивающих убеждений руководителей малого бизнеса с уровнем внутренних корпоративных коммуникаций и психологическим климатом (коэффициент Спирмена)

| Показатель | Общая оценка внутренних коммуникаций руководителями | Общая оценка внутренних коммуникаций | Психологический климат по оценке руководителей | Психологический климат по оценке сотрудников |
|--|---|--------------------------------------|--|--|
| Иррациональные установки | | | | |
| Должестование в отношении себя | ,775* | | ,715* | |
| Ограничивающие убеждения | | | | |
| Не нужно делегировать полномочия и ответственность сотрудникам | | | | ,687* |
| Сотрудники должны всё делать сами. | | ,687* | | |
| Мои сотрудники должны соглашаться со мной всегда (Моя точка зрения самая важная) | | | -,728* | |
| Нет необходимости признавать заслуги и достижения сотрудников. | | | -,733* | |
| Подчиненные создают мне только проблемы. | -,768* | | | ,839** |
| Коммуникативные ограничивающие убеждения | | | | |

| Показатель | Общая оценка внутренних коммуникаций руководителями | Общая оценка внутренних коммуникаций | Психологический климат по оценке руководителей | Психологический климат по оценке сотрудников |
|--|---|--------------------------------------|--|--|
| Я должен контролировать всю информацию | -,804** | | | |
| Психологический климат по оценке руководителей | | | | |
| Психологический климат по оценке сотрудников | -,675* | ,729* | | |

*. Корреляция значима на уровне 0,05 (двухсторонняя).

** . Корреляция значима на уровне 0,01 (двухсторонняя).

Система ограничивающих убеждений руководителей предприятий малого бизнеса взаимосвязана с общей оценкой внутренней корпоративной коммуникации и психологическим климатом. Так Ю иррациональная установка «долженствование в отношении себя» имеет прямую взаимосвязь с оценкой руководителем коммуникаций (0,775*) и климата (0,715*), то есть чем рациональнее мыслит руководитель в отношении долженствования себя, тем выше уровень и коммуникаций и климата.

Убеждение руководителя о том, что «не нужно делегировать полномочия и ответственность сотрудникам», прямо взаимосвязано с оценкой психологического климата сотрудниками (0,687*). Возможно, исследуемые коллективы не предрасположены к высокому уровню ответственности, и поэтому чем выше убеждение и, соответственно, меньше уровень возлагаемой ответственности от руководителей, тем коллективы чувствуют себя благоприятнее. Возможно, при таком убеждении у руководителя коллектив просто привыкает к низкому уровню ответственности и ему так комфортнее, но в целом подобный коллектив может столкнуться с проблемами эффективности, качества работы и в целом коммуникации, что отчасти доказывается другой выявленной взаимосвязью. Так, если руководитель, наоборот, более убежден в том, что «сотрудники должны всё делать сами», то общая оценка внутренних коммуникаций сотрудниками выше. Таким образом, с точки зрения коммуникаций данное утверждение не является ограничивающим.

Выявлена обратная взаимосвязь между оценкой психологического климата руководителем и следующих убеждений:

- «Мои сотрудники должны соглашаться со мной всегда (Моя точка зрения самая важная)» (-0,728*).
- «Нет необходимости признавать заслуги и достижения сотрудников» (-0,733*).

То есть чем выше проявление данных убеждений, тем психологический климат в коллективе, даже по мнению самого руководителя, хуже.

Чем выше уровень убеждения руководителя о том, что «Подчиненные создают мне только проблемы», тем ниже общая оценка внутренних коммуникаций руководителями (-0,768*), но при этом выше оценка психологического климата сотрудниками (0,839**).

Убеждение «Я должен контролировать всю информацию» также обратно взаимосвязано с общей оценкой внутренних коммуникаций руководителями (-0,804**).

Таким образом, система ограничивающих убеждений руководителей предприятий малого бизнеса взаимосвязана эффективностью внутренней корпоративной коммуникации.

Помимо этого, выявлена взаимосвязь ограничивающих убеждений руководителей предприятий малого бизнеса с особенностями построения внутренней коммуникацией, которые нами были оценены по наиболее частому использованию источников получения информации, отправки информации и доверия к ним, а также по организации обратной связи в компании. Согласно результатам, можно сделать вывод, что ряд ограничивающих убеждений взаимосвязан с частотой использования всех источников получения информации. Выраженность убеждений также коррелирует с уровнем доверия к источникам информации, а также с формами обратной связи, выбираемыми руководителями.

Заключение

Таким образом, исследование показало, что ярко выраженные ограничивающие убеждения руководителей могут привести к негативным последствиям в построении внутренних коммуникаций.

На основании данных выводов была разработана программа психологического сопровождения, направленная на трансформацию ограничивающих убеждений руководителей предприятий малого и среднего бизнеса для обеспечения изменений внутренней корпоративной коммуникации в компании под рабочим названием «ОРГАНИЗАЦИЯ» (по первым буквам названия занятий).

Библиография

1. Авдеева Н.Н. и др. Большой психологический словарь. 4-е изд., расш. М.: АСТ, 2009.
2. Ахметзянова Н.В. Типы негативных установок личности в межличностных отношениях: На примере супружеских отношений: дисс. ... канд. псих. наук. Казань, 2004. 202 с.
3. Бек А.Т., Фримен А. Когнитивная психотерапия расстройств личности. СПб.: Питер, 2019.
4. Бойко В.В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и на других. М.: Филинь, 1996. 472 с.
5. Возняк О.В., Занин Д.С. Особенности профессиональной самореализации женщин-предпринимателей // Мир науки. Педагогика и психология. 2022. Т. 10. № 1.
6. Гордеева С.С. Сущность и структура социальной установки в социологии и социальной психологии // Вестник Пермского университета. Серия: Философия. Психология. Социология. 2016. Вып. 3 (27). С. 135-140.
7. Дилтс Р. Фокусы языка. Изменение убеждений с помощью НЛП. СПб.: Питер, 2022.
8. Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние. СПб.: Питер, 2011.
9. Ионина О.С. Изучение иррациональных установок студентов (на примере педагогического вуза) // Вестник Шадринского государственного педагогического университета. 2021. № 2 (50). С. 225-230.
10. Каменюкин А.Г., Ковпак Д.В. Стресс-менеджмент. СПб.: Питер, 2012.
11. Киселева Е.В. и др. Методы организационной диагностики в управлении персоналом. Вологда: Вологодский филиал РАНХ и ГС, 2016. 422 с.
12. Низиенко Е.Л. Условия и факторы формирования установок личности на восприятие инновационных изменений в организациях: автореф. дис. ... канд. псих. наук. М., 2011. 19 с.
13. Писарев О.М. Особенности смысловых установок личности в закрытой среде : на примере мест лишения свободы: автореф. дис. ... канд. псих. наук. Томск, 2010. 22 с.
14. Скларова Н.Ю., Бродовская Е.В. Ценности, установки и идентичность молодежи, получающей педагогическое образование в России // Известия Тульского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки: сборник: научное издание. 2023. Вып. 1. С. 107.
15. Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп: учебное пособие. М.: Изд-во Института Психотерапии, 2002.
16. Хох И.Р., Алексеева Т.Ю. Теория А. Эллиса: ее значение и практическое применение // Вестник магистратуры. 2020. № 1-1(100). С. 33-34.
17. Чупахина Ю.А. Влияние иррациональных убеждений родителей на иррациональные убеждения детей к юношескому возрасту: автореф. дис. ... канд. псих. наук. СПб., 2002. 24 с.
18. Эллис А., Драйден У. Практика рационально-эмоциональной поведенческой терапии. СПб.: Речь, 2002. 345 с.

The relationship of the limiting beliefs of small business leaders with the peculiarities of building internal corporate communication

Marina V. Kozhevnikova

Master's Student,
Moscow Institute of Psychoanalysis,
121170, 34 Kutuzovskii ave., Moscow, Russian Federation;
e-mail: kozhmar@mail.ru

Abstract

Internal corporate communications are an important component of business efficiency. A factor influencing their effectiveness can be attributed to patterns and beliefs formed at the early stages of business creation or adopted from society, which are often not realized by managers and interfere with objective perception and building effective communication methods. The relevance of the study is confirmed by the absence of works on this issue in the domestic bibliography, and the available foreign works were developed taking into account the mentality of the countries in which they were created, and there are also no proven methods (support programs, training courses) for working with business leaders in terms of identifying and transforming their limiting beliefs. This article is devoted to the results of a study on the relationship between the limiting beliefs of small business leaders and the peculiarities of building internal corporate communication. The study involved 60 small business executives. Of these 34 men and 26 women aged 34 to 53 years (average age – 39.2 years). 203 employees of their companies also participated in the study.

For citation

Kozhevnikova M.V. (2024) Vzaimosvyaz' ogranichivayushchikh ubezhdenii rukovoditelei malogo biznesa s osobennostyami postroeniya vnutrennei korporativnoi kommunikatsii [The relationship of the limiting beliefs of small business leaders with the peculiarities of building internal corporate communication]. *Psikhologiya. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennye issledovaniya* [Psychology. Historical-critical Reviews and Current Researches], 13 (1A), pp. 331-342. DOI: 10.34670/AR.2024.60.41.031

Keywords

Internal communications, corporate communications, limiting beliefs, attitudes, managers, small business.

References

1. Akhmetzyanova N.V. (2004) *Tipy negativnykh ustanovok lichnosti v mezlichnostnykh otnosheniyakh: Na primere supruzheskikh otnoshenii. Doct. Diss.* [Types of negative personality attitudes in interpersonal relationships: Using the example of marital relationships. Doct. Diss.]. Kazan'.
2. Avdeeva N.N. i dr. (2009) *Bol'shoi psikhologicheskii slovar'* [Large psychological dictionary]. 4-e izd., rassh. Moscow: AST Publ.
3. Bek A.T., Frimen A. (2019) *Kognitivnaya psikhoterapiya rasstroistv lichnosti* [Cognitive psychotherapy for personality disorders]. Saint Petersburg: Piter Publ.
4. Boiko V.V. (1996) *Energiya emotsii v obshchenii: vzglyad na sebya i na drugikh* [The energy of emotions in communication: a look at yourself and at others]. Moscow: Filin" Publ.

5. Chupakhina Yu.A. (2002) *Vliyanie irratsional'nykh ubezhdenii roditel'ei na irratsional'nye ubezhdeniya detei k yunosheskomu vozrastu. Dokt. Diss. Abstract* [The influence of parents' irrational beliefs on children's irrational beliefs by adolescence. Doct. Diss. Abstract]. Saint Petersburg.
6. Dilts R. (2022) *Fokusyazyka. Izmenenie ubezhdenii s pomoshch'yu NLP* [Tricks of the tongue. Changing Beliefs Using NLP]. Saint Petersburg: Piter Publ.
7. Ellis A., Draidon U. (2002) *Praktika ratsional'no-emotsional'noi povedencheskoi terapii* [The practice of rational-emotive behavior therapy]. Saint Petersburg: Rech' Publ.
8. Fetiskin N.P., Kozlov V.V., Manuilov G.M. (2002) *Sotsial'no-psikhologicheskaya diagnostika razvitiya lichnosti i mal'nykh grupp: uchebnoe posobie* [Socio-psychological diagnostics of personality development and small groups: textbook]. Moscow: Publishing House of the Institute of Psychotherapy.
9. Gordeeva S.S. (2016) Sushchnost' i struktura sotsial'noi ustanovki v sotsiologii i sotsial'noi psikhologii [The essence and structure of social attitudes in sociology and social psychology]. *Vestnik Permskogo universiteta. Seriya: Filosofiya. Psikhologiya. Sotsiologiya* [Bulletin of Perm University. Series: Philosophy. Psychology. Sociology], 3 (27), pp. 135-140.
10. Ionina O.S. (2021) Izuchenie irratsional'nykh ustanovok studentov (na primere pedagogicheskogo vuza) [Study of irrational attitudes of students (using the example of a pedagogical university)]. *Vestnik Shadrinskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [Bulletin of the Shadrinsk State Pedagogical University], 2 (50), pp. 225-230.
11. Kamenyukin A.G., Kovpak D.V. (2012) *Stress-menedzhment* [Stress management]. Saint Petersburg: Piter Publ.
12. Khokh I.R., Alekseeva T.Yu., Teoriya A. (2020) Ellisa: ee znachenie i prakticheskoe primenenie [Ellis: its significance and practical application]. *Vestnik magistratury* [Bulletin of the Master's degree], 1-1(100), pp. 33-34.
13. Kiseleva E.V. i dr. (2016) *Metody organizatsionnoi diagnostiki v upravlenii personalom* [Methods of organizational diagnostics in personnel management]. Vologda: Vologda branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation.
14. Nizienko E.L. (2011) *Usloviya i faktory formirovaniya ustanovok lichnosti na vospriyatie innovatsionnykh izmenenii v organizatsiyakh. Dokt. Diss. Abstract* [Conditions and factors for the formation of personal attitudes towards the perception of innovative changes in organizations. Doct. Diss. Abstract]. Moscow.
15. Pisarev O.M. (2010) *Osobennosti smyslovnykh ustanovok lichnosti v zakrytoi srede : na primere mest lisheniya svobody. Dokt. Diss. Abstract* [Peculiarities of a person's semantic attitudes in a closed environment: using the example of places of deprivation of liberty. Doct. Diss. Abstract]. Tomsk.
16. Sklyarova N.Yu., Brodovskaya E.V. (2023) Tsennosti, ustanovki i identichnost' molodezhi, poluchayushchei pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii [Values, attitudes and identity of young people receiving pedagogical education in Russia]. *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki: sbornik: nauchnoe izdanie* [News of the Tula State University. Series: Humanities: collection: scientific publication], 1, p. 107.
17. Voznyak O.V., Zanin D.S. (2022) Osobennosti professional'noi samorealizatsii zhenshchin-predprinimatelei [Features of professional self-realization of women entrepreneurs]. *Mir nauki. Pedagogika i psikhologiya* [World of Science. Pedagogy and psychology], 10 (1).
18. Zimbardo F., Lyaipe M. (2011) *Sotsial'noe vliyanie* [Social influence]. Saint Petersburg: Piter Publ.