

AGNIESZKA LIPIŃSKA-GROBELNY

Zakład Psychologii Społecznej i Organizacji UŁ  
Instytut Psychologii UŁ

## **MACIERZ STYLÓW SPOŁECZNYCH (MSS) JAKO METODA OCENY WZORÓW ZACHOWANIA KOMUNIKACYJNEGO**

### **WPROWADZENIE**

Znajomość procesów komunikowania międzyludzkiego ma istotne znaczenie dla wyjaśniania mechanizmów kształtujących zachowania społeczne człowieka. Płynny przepływ informacji jest konieczny do dobrego funkcjonowania zarówno jednostki jak i instytucji. Skuteczne komunikowanie się wpływa korzystnie na efektywność funkcjonowania zawodowego osób reprezentujących różne profesje, dla których umiejętność ta często przesądza o sukcesie zawodowym.

D. W. Merrill wraz ze swoimi współpracownikami (Merrill, Reid 1981) opracował koncepcję, która zakłada, że każdy człowiek kontaktując się z innymi prezentuje określony wzór zachowania komunikacyjnego, zwany również stylem społecznym. Wzór zachowania komunikacyjnego – jego zdaniem – stanowi zespół określonych typów zachowań tak werbalnych, jak i niewerbalnych, pojawiających się z pewną regularnością w procesie komunikacji interpersonalnej. Każdy wzór zachowania komunikacyjnego charakteryzuje względna stałość.

Koncepcja D. W. Merrilla i R. Reida (tamże) powstała na podstawie programu szkoleniowego dla menedżerów, przedstawicieli handlowych oraz doradców ubezpieczeniowych. Autorzy wyszli z założenia, że znajomość własnego wzoru zachowania komunikacyjnego, umiejętność obserwacji rozmówcy oraz dostosowania swojego stylu do stylu odbiorcy, zwiększa skuteczność komunikowania się. Może to tym samym wpływać na efektywność nauczania, sprzedawania czy nawet skuteczność zdawania egzaminów.

Powyższe hipotezy teoretyczne stanowiły podstawę do opracowania przez D. W. Merrilla i R. Reida (tamże) metody zwanej Macierzą Stylów Społecznych (MSS), która służy do opisu wzorów zachowania komunikacyjnego człowieka. Każdy wzór zachowania komunikacyjnego, czyli styl społeczny (te dwa określenia D. W. Merrill i R. Reid stosują zamiennie) jest określany za pomocą dwóch wymiarów, wyróżnionych na podstawie wyników analizy czynnikowej: **asertywność** (stanowczość) oraz **reaktywność** (wrażliwość). Te dwie cechy zachowania odgrywają istotną rolę w pracy np. przedstawiciela handlowego, menedżera, doradcy ubezpieczeniowego.

Asertywność (stanowczość) jest definiowana przez D. W. Merrilla i R. Reida (tamże) jako określona postawa interpersonalna w postaci prezentowania w pełni racjonalnego i adekwatnego do sytuacji zachowania. Ludzie uzyskujący wysokie wyniki w tym wymiarze wykazują tendencję do przejmowania inicjatywy, zachowywania się w bezpośredni sposób, szybkiego podejmowania decyzji. Posiadają umiejętność radzenia sobie w sytuacjach trudnych. Charakteryzuje ich ponadto szybki i głośny sposób mówienia, energiczny sposób poruszania oraz utrzymywanie kontaktu wzrokowego w czasie interakcji.

Natomiast reaktywność (wrażliwość) uczula jednostkę na potrzeby i uczucia partnera relacji interpersonalnej. Jednostki o wysokim poziomie reaktywności (wrażliwości) ujawniają swoje emocje. Są serdeczne, przyjacielskie, preferują sytuacje nieformalne. Ludzie o skłonnościach do bycia mało wrażliwymi nauczyli się kontrolować swoje uczucia. Rezultatem tego jest wyważone, formalne, adekwatne do sytuacji zachowanie. Taki sposób rozumienia reaktywności różni się z poglądami J. Strelaua (1992), którego zdaniem reaktywność bierze udział w regulacji stymulacyjnej wartości sytuacji, czy też we współdeterminowaniu możliwości adekwatnego reagowania na nie.

Jest jeszcze trzeci wymiar w Macierzy Stylów Społecznych – **wszechstronność** – która zdaniem cytowanych autorów oznacza umiejętność zmiany i dostosowywania własnego stylu do stylu komunikowania się jednostki. Im łatwiej zachodzą wspomniane modyfikacje, tym osobę charakteryzuje wyższy poziom wszechstronności. Jest on osiągnięty dzięki sprawnemu procesowi komunikowania się, znajomości własnego sposobu porozumiewania się, uwzględnianiu perspektywy odbiorcy, uważnemu słuchaniu oraz obserwacji sygnałów werbalnych i niewerbalnych partnera. Wszechstronność można oceniać wyłącznie na podstawie wyników obserwacji zachowania człowieka.

Na podstawie wymiaru asertywności (stanowczości) i reaktywności (wrażliwości) wyróżnia się cztery rodzaje wzorów zachowania komunikacyjnego, zwane również stylami społecznymi (Merrill, Reid 1981). Są to: wzór kierowniczy, wzór analityczny, wzór przyjacielski i ekspresyjny (patrz rys. 1).



Rys. 1. Przedstawienie rozmieszczenia na wymiarze asertywności i reaktywności czterech wzorów zachowania komunikacyjnego

Osoby, które prezentują **styl analityczny** osiągają niskie wyniki na skali asertywności oraz reaktywności. Podsumowują, zbierają fakty, starają się poznać problem z wielu stron. Decyzje podejmują po dłuższym namyśle. Charakteryzuje je tendencja do zadawania pytań i kontroli. Można rozpoznać je po tym, że w trakcie rozmów kładą nacisk na techniczną stronę zagadnienia. Ich miejsce pracy jest bardzo dobrze zorganizowane. Pozwala na wykonywanie wielu czynności. Na ścianach biura mogą wisieć dyplomy i świadectwa uznania. Analitycy preferują indywidualną formę spędzania wolnego czasu, indywidualne dyscypliny sportowe. Uwierają się konserwatywnie. Przez otoczenie mogą być postrzegani jako osoby nudne, niekomunikatywne oraz bezosobowe.

Osoby, które prezentują z kolei **styl kierowniczy** osiągają wysoki wynik na skali asertywności oraz niski wynik na skali reaktywności. Ludzie preferujący ten styl są specjalistami od kontroli i twierdzeń. Lubią mieć własną drogę działania i przejmować inicjatywę. Są przeważnie zorientowani na realizację zadań. Interesuje ich techniczna strona zagadnień. Organizują swoje miejsce pracy tak, aby mieć kontakt z ludźmi przez biurko. Uwidaczniają swoje sukcesy i osiągnięcia poprzez umieszczanie na ścianach dyplomów i świadectw. Uwierają się z reguły w sposób oficjalny i konserwatywny. Preferują aktywności i sporty grupowe. Przez innych mogą być postrzegani jako osoby stanowcze, naciskające, szorstkie i dominujące.

**Styl przyjacielski** natomiast przejawiają osoby, które mają tendencje do zadawania pytań i okazują dużą wrażliwość na potrzeby i stany emocjonalne rozmówcy. Wspierają innych. Są dobrymi słuchaczami. Można na nich polegać. Ich biuro ma nieformalną, przyjacielską atmosferę. Jest zaplanowane w taki sposób, aby umożliwiło otwarty kontakt z klientem. Na biurku mogą stać zdjęcia rodziny. Ludzie z przyjacielskim wzorem komunikowania się przedkładają styl nieformalny nad oficjalny i urzędowy. Preferują aktywność indywidualną.

Ostatni rodzaj wzoru zachowania komunikacyjnego stanowi **wzór ekspresyjny**. Ludzie o takim stylu są nastawieni na nawiązywanie licznych nowych kontaktów interpersonalnych. Mają tendencje do śmiałych, a nie-rzadko ryzykownych reakcji, ale też dużą intuicję. Można ich rozpoznawać po tym, że są liberalni wobec tego, co ich otacza. Ich biuro posiada przyjacielską atmosferę. Sprzyja nawiązywaniu nowych kontaktów międzyludzkich. Zewnętrznym przejawem stylu może być nieład na biurku i nieoficjalny strój. „Ekspresyjni” przywiązują dużą wagę do innowacyjności i oryginalności przedsięwzięć. Decyzje podejmują szybko, w późniejszym czasie opracowując szczegóły. Preferują aktywności grupowe i zespołowe dyscypliny sportu.

Koncepcja wzorów zachowania komunikacyjnego oparta na Macierzy Stylów Społecznych D. W. Merrilla i R. Reida w pewnym stopniu nawiązuje do teorii partnerskich i niepartnerskich (allocentrycznych i egocentrycznych) stylów komunikacji interpersonalnej L. Grzesiuk (1994). Styl ekspresyjny w swojej charakterystyce przypomina partnerski styl komunikacji. Rozmowę prowadzi się tak, aby cele obu stron zostały zrealizowane. Osoby komunikujące się pozostają skoncentrowane na sobie jak i na osobie partnera interakcji. Innymi słowy pozostają wrażliwe, reaktywne jak i asertywne. Odpowiednikiem stylu przyjacielskiego (wysoka wrażliwość, niska asertywność) może być styl allocentryczny, co oznacza koncentrację głównie na osobie partnera. Rozmówca często rezygnuje z własnych celów, aby stworzyć partnerowi możliwość realizacji jego pragnień. Natomiast styl kierowniczy (niska wrażliwość, wysoka asertywność) może posiadać swój odpowiednik w stylu egocentrycznym. Osoby komunikujące się w sposób egocentryczny koncentrują się w toku interakcji społecznej głównie na sobie, na własnym punkcie widzenia. Przedstawione powyżej podobieństwa są w trakcie badań empirycznych.

#### METODA BADAŃ

Metoda Macierz Stylów Społecznych (MSS) D. W. Merrilla i R. Reida zawiera zestaw 60 przymiotników ułożonych dwubiegunowo<sup>1</sup>. Zadaniem osoby badanej jest zakreślenie odpowiedniej litery i cyfry tej, która odpowiada przymiotnikowi, najlepiej ją opisującemu. Instrukcja brzmi: „W dwóch

<sup>1</sup> Prawa autorskie do Macierzy Stylów Społecznych są w posiadaniu The Tracom Corporation w Denver. Autorka artykułu uzyskała oficjalną zgodę na wykorzystywanie wspomnianej techniki w swojej pracy naukowej oraz przeprowadzenie badań walidacyjnych.

kolumnach »Stanowczość« i »Wrażliwość« znajdują się pary przymiotników. Do każdej pary przyporządkowane zostały odpowiednio: litery od D do A (Stanowczość) i cyfry od 4 do 1 (Wrażliwość). Z każdej pary proszę wybrać to stwierdzenie, które Panią/Pana bardziej charakteryzuje i zakreślić odpowiednią literę i cyfrę. Litery i cyfry skrajne (D, A, 4, 1) oznaczają, że dany przymiotnik bardzo Panią/Pana charakteryzuje. Litery i cyfry w środku (C, B, 3, 2) oznaczają przewagę bliższego i przymiotnika.

Im uzyskany wynik na skali asertywności jest wyższy tym niższa asertywność. Im niższy wynik na skali reaktywności tym niższa wrażliwość u badanej osoby.

Powyższa metoda została zaadaptowana do warunków polskich przez A. Olejniczak (1996). W tym celu zastosowano metodę Sędziów Kompetentnych. Przeprowadzono tzw. *back translation*. Poproszono lektorów języka angielskiego o przetłumaczenie zamieszczonych w skali przymiotników. Trzech sędziów kompetentnych dokonało tłumaczenia na język polski, natomiast dwóch kolejnych z języka polskiego na język angielski.

Autorka niniejszego komunikatu przeprowadziła wstępną ocenę właściwości psychometrycznych metody MSS. Badania zostały przeprowadzone na grupie liczącej 193 osoby (141 kobiet, w tym 90 nauczycielek i 52 mężczyzn) w wieku 20–53 lat. Stanowią one początek dalszych badań kontynuowanych z użyciem tej metody.

#### RZETELNOŚĆ METODY MSS

Pierwszym etapem walidacji metody badawczej było ustalenie rzetelności MSS, tzn. miary dokładności pomiaru dokonywanego za pomocą tego testu. Im wyższa rzetelność testu, tym większa dokładność, z jaką mierzy on dane zmienne i tym mniejszy błąd pomiaru. Do obliczenia rzetelności zastosowano pakiet statystyczny SPSS/PC+ oraz SPSS Windows 95.

Z uwagi na fakt, że MSS jest narzędziem wypełnianym bez ograniczeń czasowych, o wielokategorialnym systemie odpowiedzi, jego rzetelność oszacowano za pomocą współczynnika równoważności międzypółkowej Guttmana (ang. *split-half reliability*) oraz analizy właściwości statystycznych pozycji testowych i ich związku z ogólnym wynikiem, czyli zgodności wewnętrznej testu (ang. *internal consistency*) (Brzeziński 1996).

Uzyskane wyniki wskazują na wystarczającą rzetelność MSS (tab. 1).

Tabela 1

## Współczynniki rzetelności metody Macierzy Stylów Społecznych

Metody szacowania rzetelności	N	Płeć	Współczynnik rzetelności
Alfa Cronbacha asertywności	193	K + M	0,74
Alfa Cronbacha reaktywności	193	K + M	0,73
Alfa Cronbacha metody MSS	193	K + M	0,70
Współczynnik równoważności międzypołówkowej asertywności	193	K + M	0,72
Współczynnik równoważności międzypołówkowej reaktywności	193	K + M	0,74

## TRAFNOŚĆ METODY MSS

Kolejnym kryterium oceny jakości metody MSS jest trafność, która jest definiowana jako dokładność, z jaką narzędzie mierzy to, co ma mierzyć. Z tradycyjnego punktu widzenia trafność testu ustalona jest wówczas, gdy osiągnięte w nim wyniki skorelowane zostaną z odpowiednio dobranym kryterium zewnętrznym. Brak takiego jednoznacznego kryterium dla zmiennej (wzorów zachowania komunikacyjnego) spowodował, iż trafność omawianego narzędzia próbowano oszacować na podstawie sprawdzenia jego trafności czynnikowej (Brzeziński 1996).

Mimo wysokiego współczynnika zgodności wewnętrznej i równoważności międzypołówkowej rezultaty głównych składowych metody MSS sugerują, że struktura czynnikowa obydwu skal (asertywności (stanowczości) i reaktywności (wrażliwości)) może być złożona. Wypróbowano różne procedury analizy czynnikowej dla każdej ze skal osobno i dla skal połączonych.

Analizie czynnikowej poddano rezultaty uzyskane przez 193 osoby (141 kobiet i 52 mężczyzn) w 30-pozycyjnej MSS. Po rotacji uzyskano ośmio-czynnikową strukturę testu. Wyniki nie są do końca jednoznaczne. Wymagają dalszych badań, opartych na bardziej zróżnicowanej i większej liczbie grupie badawczej.

## WNIOSKI

Przedstawione w niniejszym komunikacie wyniki badań uprawniają do przyjęcia stwierdzenia, że metoda MSS D. W. Merrilla i R. Reida jest rzetelnym narzędziem pomiaru czterech wzorów zachowania komunikacyjnego. Trafność narzędzia wymaga przeprowadzenia kolejnych badań z udziałem bardziej zróżnicowanej pod względem płci i większej liczbie populacji badawczej.

Do głównych zalet MSS zaliczyć można jego nieskomplikowaną formę, małą pracochłonność i niewielki czas wypełniania. Z wstępnie sformułowanych wniosków należy przypuszczać, że test ten można uznać za przydatny do diagnozowania stylów społecznego zachowania, opisywanych w kategoriach komunikacji niewerbalnej.

#### BIBLIOGRAFIA

- Brzeziński J. (1996), *Metodologia badań psychologicznych*, PWN, Warszawa
- Ferguson G. A., Takane Y. (1997), *Analiza statystyczna w psychologii i pedagogice*, PWN, Warszawa
- Grzesiuk L. (1994), *Studia nad komunikacją interpersonalną*, Pracownia Testów Psychologicznych PTP, Warszawa
- Merrill D. W., Reid R. (1981), *Personal Styles and Effective Performance*, Chilton Book Company, Randor (Pa)
- Olejniczak A. (1996), *Wymiar asertywności i reaktywności w zachowaniu się a style negocjacji*, nie opublikowana praca magisterska, Instytut Psychologii UŁ, Łódź
- Strelau I. (1992), *Temperament i inteligencja*, [w:] T. Tomaszewski (red.), *Psychologia ogólna*, t. IV, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa

AGNIESZKA LIPIŃSKA-GROBELNY

#### SOCIAL STYLE MATRIX AS A METHOD UNCOVERING PATTERNS OF COMMUNICATION BEHAVIOUR

The author indicates polish version of Social Style Matrix developed by D. W. Merrill and R. Reid. Their research uncovered patterns of behaviour or social styles that people use when they interact with others. Understanding their own social styles and identifying social styles of their partners helps people to adjust to these behaviours and finally to achieve better relationships.

The aim of this article is to present the basic concept of the theory of the method Social Style Matrix and the first statistical analysis of its psychometric properties. The received data is the beginning of further research.

**Key words:** Social Style Matrix, patterns of communication behaviour, statistical analysis of psychometric properties.