

Куликова Элла Германовна

д-р филол. наук, профессор, заведующая кафедрой  
ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный  
экономический университет (РИНХ)»  
г. Ростов-на-Дону, Ростовская область

## **СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА МЕНЕДЖМЕНТА: ЯЗЫК КАК ОРУДИЕ КУЛЬТУРНЫХ ПЕРЕМЕН**

*Аннотация: в статье анализируются подходы к анализу коммуникации, предпринятые в различных пособиях. Используемые классификации чрезвычайно разнородны, одним из источников является литература о поведении в организации. В современной практике менеджмента к большинству профессий предъявляются требования, связанные с развитием коммуникативных навыков.*

*Ключевые слова:* информация, коммуникация, менеджмент, паралингвистическая норма.

Пособия по навыкам коммуникации зачастую ограничиваются тем, что имеет только косвенное отношение к проблеме человеческих типов. В некоторых учебниках приведены опросные листы, чтобы помочь читателям разделить людей на типы или стили [5], а некоторые включают также тесты, чтобы помочь людям определить собственный тип или стиль. Используемые классификации чрезвычайно разнородны, одним из источников является литература о поведении в организации, хотя зачастую и «профильтрованная» через популярные пособия по менеджменту. Например, один учебник предлагает классифицировать людей по «типу ума»: «системно ориентированные и логически мыслящие», «друзья/помощники» или «непоколебимые бойцы». Два учебника разделяют людей на «визуальных», «слуховых» и «кинетических», полагая, что каждый человек предрасположен к одной из этих «сенсорных систем» и будет лучше реагировать, если вы воспользуетесь выражениями, связанными с этой предрасположенностью (например, будете говорить «я вас слышу», а не «я понимаю, что вы хотите

сказать» человеку «слуховому»). Источник этой идеи – довольно туманная теория нейролингвистического программирования [1; 2].

Более научный подход заключается в классификации не людей вообще, а их поведения в данный момент. В этой связи довольно регулярно упоминаются две системы: трансакциональный анализ Берна и принцип самоутверждения Ракоса. Это терапевтические модели: самоутверждение связано с традицией бихевиористской терапии, а трансакциональный анализ имеет больше связи с традиционной «разговорной терапией», и в частности с практикой групповой терапии [4]. Обе системы с готовностью подхвачены популярной психологией и самоучителями, они проникли и в обучающие пособия многих организаций в сфере бизнеса. Менеджеры, проходящие подготовку в «Гамбургер университете» Макдональдса, изучают и трансакциональный анализ и принцип самоутверждения [3; 6; 7]. То, что они приняты столь преуспевающей и ставшей «предметом общего подражания» компанией, как Макдональдс, помогает объяснить, почему они получили такое широкое распространение.

В трансакциональном анализе существует классификация «состояний эго», а основными категориями являются «родитель», «взрослый» и «ребенок». В любом индивидууме все они присутствуют, но его поведение в каждый конкретный момент исходит скорее из одной, чем от других. Внимание фокусируется на «трансакции» – взаимодействии между двумя людьми – и главная мысль, которая подчеркивается в учебниках по коммуникации, состоит в том, что такие трансакции, если коммуникация не нарушена, являются скорее «дополняющими» (т.е. между сходными состояниями Ego), чем «пересекающимися». Трансакциональный анализ разрабатывает также серию «жизненных позиций» («У меня все хорошо», «у вас все хорошо» и т. д.). Успешная коммуникация часто трактуется в учебниках как взаимодействие, которое приводит обе стороны к «здоровой» позиции. Когда речь идет о модели самоутверждения, типы поведения делятся на три главных разновидности: агрессивное, покорное/пассивное и (идеальное) утверждающее-позитивное, типичным определением которого является следующее: «отстаивать собственные права, признавая права других».

Самоутверждающее поведение в целом рекомендуется как норма, которой следует придерживаться, независимо от того, как ведут себя окружающие.

### ***Список литературы***

1. Брусенская Л.А. Вербальное манипулирование: использование брендов [Текст] / Л.А. Брусенская // Философия права. – 2013. – №3 (58). – С. 35–38.
2. Брусенская Л.А. Лингвоюридические аспекты современной коммуникации [Текст] / Л.А. Брусенская // Правовая политика и правовая жизнь. – 2011. – №1. – С. 111–115.
3. Брусенская Л.А. Языковая экспликация экономических отношений: бренды в экономическом дискурсе [Текст] / Л.А. Брусенская, Н.Н. Фролова // Язык и речь в синхронии и диахронии: Материалы V Международной научной конференции. – Таганрог: Изд-во ТГПИ. – 2014. – С. 135–138.
4. Брусенская Л.А. Криминализация институционального дискурса: проблема жаргонизации современного русского языка [Текст] / Л.А. Брусенская // Философия права. – 2014. – №3. – С. 84–87.
5. Брусенская Л.А. Гендер как социокультурный конструкт: условия коммуникации [Текст] / Л.А. Брусенская // Философия права. – 2010. – №4. – С. 82–86.
6. Заяц П.В. Механизмы формирования когнитивной оценки эффекта отдачи в инжиниринговых практиках [Текст] / П.В. Заяц, Н.В. Заяц // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2013. №5 (21). – С. 185–189.
7. Заяц П.В. Инжиниринг в гуманитарном исследовании [Текст] / П.В. Заяц // Философия права. – 2014. – №1 (62). – С. 27–30.