

**УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ДИСКУРС КАК ОСОБЫЙ ВИД
ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА
(ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)**

Юдина О.Л.

кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков
Уральского института – филиала Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Россия)

УДК 316
ББК 60.82

Статья посвящена рассмотрению лингвистических особенностей управленческого дискурса. Вслед за В. И. Карасиком, предложившим определенную компонентную структуру различных институциональных дискурсов, автор доказывает, что управленческий дискурс также обладает целым рядом признаков институциональности, представляет собственное определение данного вида дискурса и дает его детальную характеристику.

Ключевые слова: управленческий дискурс, институциональность, дискурсивные формулы, когнитивный подход, экстралингвистические факторы.

Yudina O.L.

**MANAGERIAL DISCOURSE AS A PARTICULAR TYPE
OF INSTITUTIONAL DISCOURSE (LINGUISTIC ASPECT)**

The article considers linguistic peculiarities of managerial discourse. Following V.I. Karasik's description of the structure of various institutional discourses, the author proves that the managerial discourse also possesses a number of institutional features. The author introduces her own definition of that type of discourse and its detailed characteristics.

Key words: managerial discourse, institutional features, discursive formulas, cognitive approach, extra linguistic factors.

Гуманитарные науки на протяжении всего XX века находились под воздействием феномена языка. По словам Ричарда Рорти, «язык вербует мир», и, следовательно, самое надежное знание о мире зашифровано именно в языке [1, с. 107-108]. Изучение языка – ключ к изучению человека и мира. Данный постулат, усвоенный в качестве базовой методологической установки различными общественными дисциплинами, получил название «лингвистического поворота». С конца 1960-х гг. «лингвистический поворот», прежде всего, благодаря широкому распространению идей и терминологии постмодернизма и семиотики в интеллектуальных кругах, превращается в «дискурсивный поворот».

Сегодня исследовательская область под названием «теория дискурса» является одним из наиболее активно развивающихся направлений современных общественных наук и лингвистики. Об этом свидетельствует растущее с каждым годом количество публикаций, научных конференций, университетских курсов и диссертаций, посвященных различным сфе-

рам применения теорий дискурса и дискурс-анализа [2, с. 190].

Большое количество работ посвящено описанию истории становления исследований в области изучения дискурса [Кубрякова 2000, Макаров 1998, 5 Макаров 2003, Русакова 2006, Спасский 2006, Серио 1999 и др.]. Также широко представлены специальные обзоры, отражающие различные подходы к определению дискурса [Arnason 1997; Карасик 2004; Кубрякова 2004; Макаров 2003; Паршин 1999; Петрова 2003; Серио 2002; Slembrouck 2001; Чернявская 2001, 2006; Чудинов 2001, 2003; Шейгал 2004 и др.].

Избегая детального обзора исследований в данной области, необходимо отметить, что в рамках представленного исследования вслед за Н. Д. Арутюновой, дискурс понимается нами как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; как «речь, погруженная в жизнь» [3, с. 136 – 137], т.е. речь, имеющая непосредственные связи с «живой жизнью» и рассматриваемая как

целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах).

Как указывает А.П. Чудинов, «преимущество такого подхода в том, что дискурс не ограничивается рамками собственно текста, а включает также социальный контекст коммуникации, характеризующий ее участников, процессы продуцирования и восприятия речи с учетом фоновых знаний» [4, с. 143].

При изучении дискурса на первый план выдвигается проблема, связанная с его классификацией. Рассматривая данный вопрос с позиции социолингвистики (с позиций участников общения), В. И. Карасик считает возможным выделить два типа дискурса: личностно-ориентированный (личностный) и статусно-ориентированный. Личностно-ориентированный дискурс проявляется в таких основных сферах общения, как бытовая и бытийная, при этом бытовое (обиходное) общение представляет собой генетически исходный тип дискурса, а бытийное общение выражается в виде художественного, философского, мифологического диалога. В свою очередь, статусно-ориентированный дискурс может носить институциональный и неинституциональный характер, в зависимости от того, какие общественные институты функционируют в социуме в конкретный исторический промежуток времени. Так, например, в современном обществе можно выделить научный, политический, религиозный, педагогический, медицинский, военный, юридический, дипломатический, деловой, рекламный, спортивный и другие типы институционального дискурса [5, с. 199].

Управленческий дискурс – сложная структура, обладающая рядом институциональных и когнитивно-лингвистических особенностей, отличающих его от всех других типов дискурса. Управленческий дискурс – это процесс творческого следования норме, которая диктуется и познается через сложную и многомерную «профессиональную» картину мира, актуализированную через базисные понятия управленческой культуры, профессионально направленные идеи и концепты, нормы институционального и межличностного поведения, детерминирующие деловое общение, ценностные ориентации; схемы, фреймы стереотипных ситуаций, формулы; специальный тезаурус. Все это знания, которые вербализуются в текстах профессиональной направленности на лингвокогнитивном уровне [6, с. 49-55].

Управленческий дискурс представляет собой целенаправленную статусно-ролевую речевую деятельность людей, общей характерной чертой которых являются деловые отношения (производство товаров, финансирование этого производства, предоставление денежных займов, торговля, страхование, коммерция,

продажа продукции и различные услуги, такие как бухгалтерский учет, распределение и ремонт товаров, покупка, продажа товаров или услуг, предварительные переговоры по этим видам деловых отношений и др.), охватывающие не только организации внутри, но и связи между организациями, а также коммуникацию между организациями и отдельными индивидами, базирующуюся на нормах и правилах общения, принятых в деловом сообществе [6, с. 49-55]. Среди особенностей управленческого дискурса можно назвать стабильность, традиционность и стандартизированность, т.к. сферой его применения являются деловые отношения между людьми и учреждениями.

Считается, что существенной характеристикой, определяющей специфику управленческого дискурса, является ограничение круга субъектов и целей такого общения – этот дискурс ограничен рамками профессиональной деятельности специалистов и ведется для достижения взаимовыгодного соглашения по обсуждаемому деловому вопросу [7, с. 4, 13, 17].

В отличие от других типов дискурса, например, научного, характерной особенностью которого является принципиальное равенство всех участников научного общения, в управленческом дискурсе руководитель (агент) всегда «обладает монополией на истину» [8, с. 45]. Такая позиция заставляет общающихся с ним людей (клиентов) относиться к нему с почтением. Если среди ученых принято уважительное обращение «коллега», нейтрализующее все статусные признаки, то управленцы различных уровней отличаются своим стремлением устанавливать различные барьеры для посторонних, демонстрировать свое преимущественное положение. Поэтому диада «агент – клиент», используемая для описания участников различных видов институционального дискурса, в управленческом дискурсе проявляется особенно ярко.

Вслед за В. И. Карасиком, предложившим определенную компонентную структуру различных институциональных дискурсов [5, с. 132], мы полагаем, что управленческий дискурс обладает целым рядом признаков институциональности: 1) типовые участники, 2) хронотоп, 3) цели, 4) ценности, 5) стратегии, 6) разновидности и жанры, а также 7) дискурсивные формулы. С данных позиций управленческий дискурс можно охарактеризовать следующим образом.

Основными участниками управленческого дискурса являются представители определенного института (активный производитель действий – адресант), например, руководители различных звеньев коммерческой компании, и люди, обращающиеся к ним (объект воздействия – адресат), например, подчиненные, представители других компаний, поставщики, клиенты, конкуренты и др. Между адресантом и адресатом существует субъектно-адресатные отношения:

директива, приказ, распоряжения, команды, определяющиеся статусами и иерархией по служебной лестнице. Участники управленческого дискурса отличаются по своим качествам и предписаниям поведения. При чем ключевая позиция отводится именно адресанту.

Во-вторых, пространственно-временная организация (хронотоп) управленческого дискурса – обстановка, типичная для современного делового общения. Это может быть устный диалог или монолог, для которых прототипным является рабочее место руководителя (кабинет, офис), конференц-зал, производственная площадка. Общение может происходить не только посредством устной коммуникации (переговоры, совещания), но и письменной (e-mail, приказы, уставы, распоряжения, переписка с поставщиками и клиентами). Время же может быть как фиксированным (ежедневные, еженедельные совещания), так и произвольным (встреча с сотрудниками компании для решения экстренно возникшей проблемы). Можно предположить, что структура управленческого дискурса имеет произвольный характер и является результатом сложившейся в определенных институционалистских условиях социальной и профессиональной практики управленческой деятельности.

В-третьих, цель управленческого дискурса соответствует его основной – *директивной* – функции (требование, побуждение к действию в интересах адресанта – приказы, положения, уставы и др.). В этой связи необходимо отметить, что управленческому дискурсу присущи такие качества, как догматичность, категоричность/безапелляционность, утверждающий, но не описательно-повествовательный характер речи. Управленческий дискурс предписывает, что люди (подчиненные, партнеры по бизнесу, клиенты) должны делать.

В-четвертых, базовые ценности управленческого дискурса – это совокупность того, что, представляет наибольшую значимость для руководителя какого-либо уровня и обуславливает существование цели данного дискурса. Ценности управленческого дискурса сконцентрированы в его основных концептах (определение проблемы, план решения проблемы, назначение ответственных за выполнение, финансовая поддержка). Они сводятся к признанию существования профессионально-значимых проблем, к необходимости доказать их объективность, к приведению способов их решения, к предложению способов наиболее эффективного решения этих проблем.

Так, ценности, в определении В. И. Карасика, могут быть «открытыми», выделяемыми, например, применительно к религиозному дискурсу (вера, признание Бога, понимание греха и добродетели, спасение души), и «скрытыми, подразумеваемыми, выводимыми», существующими в рамках, например,

научного дискурса (истина, знание, исследование) [5, с. 223, 231]. Поэтому, можно сказать, что суть управленческого дискурса состоит в использовании всех вышеперечисленных способов утверждения ценностей (что, в свою очередь, зависит от коммуникативных стратегий, применяемых в конкретной ситуации для максимально сильного воздействия на адресата).

В-пятых, стратегии управленческого дискурса определяются его частными целями [8, с. 20]. В управлении стратегии схожи со стратегиями научного дискурса: 1) выделить проблему, 2) проанализировать историю вопроса, 3) сформулировать цели и задачи, 4) составить четкий план решения проблемы, 5) дать оценку предпринятым действиям, 6) изложить результаты проведенных мероприятий, 7) прокомментировать и обсудить полученные результаты, 8) изложить полученные результаты в виде отчетов.

По мнению О.С. Иссерс, основная стратегия – это та, «которая на данном этапе коммуникативного взаимодействия является наиболее значимой с точки зрения иерархии мотивов и целей. Вспомогательные стратегии способствуют эффективной организации диалогового взаимодействия, оптимальному воздействию на адресата» [9, с. 106]. Поэтому необходимо отметить, что стратегии дискурса являются ориентирами для формирования действий при решении той или иной проблемы. Принятие любого управленческого решения должно использовать вышеперечисленные стратегии для успешного достижения цели, что отражается в строго определенном порядке действий руководителя.

В-шестых, стратегии управленческого дискурса реализуются в его жанрах. По мнению Сыщикова О.С., понятие жанра за последнее время претерпело изменения. Жанр перестал быть только формой построения специальных лексических, фразеологических и синтаксических единиц в соответствии с типичной композицией жанра. Любой текст, представляющий тот или иной жанр, реализуется в коммуникативной ситуации, поэтому жанр необходимо рассматривать как единицу дискурса, а не функционального стиля. Официально-деловой стиль – система, охватывающая широкий пласт языковых средств, обслуживающая не только управленческий дискурс, но и другие виды институционального общения: юридический, политический, дипломатический. Понятие же дискурса объединяет языковые средства в сочетании с условиями коммуникации [10, с. 32]. В управленческом дискурсе можно выделить устный и письменный жанр. К устному жанру относятся: официальный доклад на конференции, выступление на собрании или совещании, ведение переговоров, проведение интервью, дискуссии, деловые беседы, деловые приемы, телефонные разговоры. Письменный жанр

включает в себя: деловую переписку, конспекты, тезисы докладов, перевод доклада на иностранный язык, тексты выговора, приказы, деловые письма (e-mails), сценарии телефонных переговоров, бизнес-план и др.

В рамках нашего исследования отбор текстов для анализа производился не на основе их жанровой принадлежности, а в соответствии с их тематикой и организацией в отряды, в которые входит, например, лексика со значением долженствования, специальная терминология, а также особые дискурсивные формулы. «Под дискурсивными формулами понимаются своеобразные обороты речи, свойственные общению в соответствующем социальном институте» [5, с. 233]. Эти формулы объединяют всех представителей управленческой сферы. Специфика управленческой терминологии заключается в том, что наряду с уже устоявшимися терминами могут использоваться заимствования из иностранного языка (напр., конечный срок – *deadline*; специалист по подбору кадров – *recruiter*; разработчик – *developer* и др.).

Дискурсивные формулы управленческого дискурса также включают в себя особые корпоративные нормы управленческой этики, специфические нормы поведения, связанные, например, с сохранением конфиденциальности информации о деятельности компании, ее сотрудниках и т.д.; (напр., утаивание открытий и изобретений; подбор кадров по принципу знакомства; унижение подчиненных; раскрытие служебных и коммерческих секретов; раскрытие источника информации, полученной доверительным путем; невозвращение долга в срок и др.). Нельзя не отметить хорошо разработанную в управлении систему ритуальных знаков (*собственный dress-code – менеджер (мужчина) должен быть одет в классический костюм, либо рубашу и брюки классического покроя. Запрещается носить на работу джинсы и футболки. Неотъемлемой частью внешнего вида менеджера является личный бейдж, который должен быть приколот на левой стороне рубашки либо пиджака в районе груди. Для женщины-менеджера цвет костюма должен быть однотонного приглушенного цвета. Не приемлются костюмы красного, ярко-желтого цвета. Обувь должна быть также классического стиля, всегда начищенной и аккуратной. Туфли должны иметь каблук не выше 9 см. и т.д.*).

Таким образом, подобно любым другим институциональным типам дискурса **управленческий дискурс** строится «по определенному шаблону, но степень трафаретности различных типов и жанров этого дискурса различна» [8, с. 37]. Хотя процесс принятия управленческого решения требует четкого следования определенным правилам и стратегиям, в реальной жизни прототипный порядок дискурса часто нарушается.

Широкой дискурсивной рамкой управленческого дискурса можно считать западные модели управления. Основателями теории управления на сегодняшний день считаются такие новаторы и пропагандисты управленческого опыта начала XX в. как А.Файоль, Д.Тейлор, Г.Эмерсон. Глава администрации французского горнометаллургического комбината А.Файоль создал синтезированную концепцию управления фирмой, американские инженеры Д.Тейлор и Г.Эмерсон разработали соответственно основы рационального управления производством и общие принципы эффективной хозяйственной деятельности.

В структуре современного управления предприятия могут быть выделены следующие модели: структурно-ситуационная, инновационная, феноменологическая, конфликтная, селекционная [11, с. 254-265]. Их разработчиками являются Дж. Лорш, П. Лоуренс, Дж. Томпсон, М. Киртон, С. М. Сигел, И. Ансофф, Ч. Арджирис, Р. Данкан, Дж. Мейер и Б. Роуэн.

В лингвистических исследованиях можно выделить три базовых подхода к анализу дискурсивной коммуникации: дескриптивный, критический и когнитивный. Эти подходы играют особую роль в формировании теории управленческого дискурса, поскольку именно они составляют семантический аспект любой коммуникации. *Дескриптивный подход* использовался в классической методике риторического анализа публичных выступлений, освещенной в трудах древних риторов (Аристотеля, Цицерона, Квинтилиана). Данный подход включает в себя, прежде всего, анализ языкового поведения: языковых средств, риторических приемов и манипулятивных стратегий [W. Bergsdorf 1978, J.M. Atkinson 1984, А.Н. Баранов 2004, П.Б. Паршин 1999]. Вторым направлением дескриптивного подхода является анализ содержательной стороны текстов, т.е. контент-анализ, который, по мнению Е.И. Шейгал, позволяет выявить когнитивные диспозиции отдельных личностей – ценности, склонность к конфликтным ситуациям или сотрудничеству, характер причинно-следственных связей в соответствующих фрагментах картины мира [12, с. 23]. *Критический подход* рассматривает язык как средство власти и управленческого контроля [13, с. 312; 14, с. 139]. *Когнитивный подход* относится к моделированию структуры сознания – формированию когнитивной базы, рассматриваемый как основной в совокупности с дискурсивным подходом.

По нашему мнению, когнитивный подход является наиболее релевантным для управленческого дискурса, т.к. позволяет от описания единиц и структур дискурса перейти к моделированию структур сознания участников коммуникации. Анализ фреймов и слотов управленческого дискурса, метафорических моделей и стереотипов, лежащих в основе человеческих пред-

убеждений, позволяет моделировать когнитивную базу управленческого дискурса [15, с. 5-11; 16, с. 132].

Управленческий дискурс представляет собой специфический образ мышления и ориентирован на достижение характерных для него целей.

В настоящее время в управленческом дискурсе появилось множество инноваций, которые требуют, помимо прочего, филологического осмысления.

По нашему мнению, управленческий дискурс может быть описан с помощью комбинаций метафорических моделей, на том основании, что метафора является базовой когнитивной единицей хранения информации и играющей существенную роль в порождении интерпретации дискурса. Анализ метафорического материала позволяет изучить языковое сознание менеджеров и особенности их управленческого мышления.

Таким образом, по нашему мнению, **управленческий дискурс**, обладающий всеми свойствами институциональности, понимается как жанровый корпус текстов, который развернут в пространстве и времени, а также как способ передачи когнитивного содержания, вкладываемого адресантом адресату через текст в его языковой реализации и заложенных в нем определенных стратегий подачи информации [17, с. 38-40].

Литература:

1. Rorty R. Philosophy as a Kind of Writting. Consequences of Pragmatism. Brighton, 1982. P. 107-108.
2. Русакова О.Ф. Дискурс как властный ресурс // Современные теории дискурса: мультидисциплинарный анализ. Екатеринбург, 2006. С. 187-196.
3. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры: сборник научных трудов: пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. / Вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; Общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. М.: Прогресс, 1990. С. 136 – 137.
4. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000): монография; Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2001.
5. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.
6. Ширяева Т.А. Когнитивная модель делового дискурса: монография. Пятигорск: ПГЛУ, 2006.
7. Шилова С.В. Соблюдение и нарушение принципов речевого общения в деловой коммуникации (на материале английского языка): автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Рос. гос. пед. ун-т им. А.И. Герцена. – СПб., 1998.
8. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград : Перемена, 2000.

9. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 4-е, стереотипное. М.: КомКнига, 2006.

10. Сыщиков О.С. Имплицитность в деловом дискурсе: автореферат на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Волгоград: 2000.

11. Кравченко А.И. Прикладная социология и менеджмент: учебное пособие. М., 1998. С. 254-265.

12. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: монография. Волгоград: Перемена, 2000.

13. ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация: пер. с англ. / Т. А. ван Дейк; сост. В. В. Петрова; под ред. В. И. Герасимова; вступ. ст. Ю. Н. Караулова и В. В. Петрова. М. : Прогресс, 1989. 312 с.

14. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика. Волгоград : Перемена, 1997.

15. Караулов Ю.Н. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса // ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация: пер. с англ. / сост. В. В. Петрова; под. ред. В. И. Герасимова. М.: Прогресс, 1989. С. 5-11.

16. Лассан Э. Дискурс власти и инакомыслия в СССР: когнитивно-риторический анализ; Вильнюсский ун-т. Вильнюс, 1995. 232 с.

17. Менджеричкая Е.О. Когнитивно-дискурсивная парадигма в лингвистике и типология медиадискурса // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: Материалы II международной научной конференции 14-16 февр. 2008 г. М., 2008. С.38-40.

References:

1. Rorty R. Philosophy as a Kind of Writting. Consequences of Pragmatism. Brighton, 1982. P. 107-108.
2. Rusakova O.F. Discourse as a powerful resource // Modern theories of discourse: multidisciplinary analysis. Ekaterinburg, 2006. P. 187-196.
3. Arutyunova N.D. Metaphor and discourse // Theory of metaphor: collection of scientific work: transl. from Eng., Fr., Span., Pol. / Introd. art. and comp. N.D. Arutyunova; Gener. Edit. N.D. Arutyunova and M.A. Zhurinskaya. M.: Progress, 1990. P. 136 – 137.
4. Tchudinov A.P. Russia through metaphoric lens: cognitive research of political metaphor (1991-2000): monograph: Ural state pedagogical university, Ekaterinburg, 2001.
5. Karasik V.I. Language circle: personality, concepts, discourse. Volgograd: Peremena, 2002.
6. Shiryayeva T.A. Cognitive model of language discourse: monograph. Pyatigorsk: PGLU, 2006.
7. Shilova S.V. Observation and violation of verbal communication principles in business communication (as exemplified in English): Abstract of the Candidate's

dissertation / The Russian Pedagogical University after A.I. Gertsen – StPetersb., 1998.

8. Karasik V.I. On types of discourse // Language personality: institutional and personal discourse. Volgograd: Peremena, 2000.

9. Issers O.S. Communicative strategies and tactics of the Russian speech. The 4th edition, stereotyped. M.: KomKniga, 2006.

10. Sishchikov O.S. Implicitness in business discourse: Abstract of the Candidate's dissertation. Volgograd: 2000.

11. Kravtchenko A.I. Applied sociology and management: study book. M., 1998. P. 254-265.

12. Sheigal E.I. Semiotics of political discourse: monograph. Volgograd: Peremena, 2000.

13. Van Dijk T.A. Language. Knowledge. Communication: transl. From Eng. / T.A. Van Dijk; comp.

by V.V. Petrova; edited by V.I. Gerasimov; introd. By Yu.N. Karaulov and V.V. Petrov. M.: Progress, 1989. 312 p.

14. Vodak R. Language. Discourse. Politics. Volgograd: Peremena, 1997.

15. Karaulov Yu.N. From text grammar to cognitive theory of discourse // van Dijk T.A. Language. Knowledge. Communication: transl. from Eng. / comp. by V.V. Petrova; edited by V.I. Gerasimov. M.: Progress, 1989. P. 5-11.

16. Lassan E. Discourse of power and dissidence in USSR: cognitive-rhetorical analysis; Vilnius university. Vilnius, 1995. 232 p.

17. Mendzheritskaya E.O. Cognitive-discursive paradigm in linguistics and typology of media-discourse // Language of mass media as an object of inter-disciplinary research: Materials of II international research conference February 14-16, 2008. M., 2008. P.38-40.