

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
(НИУ «БелГУ»)

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ  
ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ  
КАФЕДРА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

**ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДИСКУРСА  
В СФЕРЕ МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИЙ**

Магистерская диссертация

обучающегося по направлению подготовки  
44.04.01 Педагогическое образование  
заочной формы обучения,  
группы 02051681  
Авиловой Жанны Николаевны

Научный руководитель  
к.филол.н., доцент  
Богачев Р.Е.

Рецензент:  
д.филол.н., профессор  
Гарагуля С.И.

БЕЛГОРОД 2019

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	3
<b>ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНЦЕПТОВ С ПОЗИЦИЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ</b> .....	9
1.1. Концепт как объект исследования в когнитивной лингвистике .....	9
1.2. Лингвокультурологическое понимание концептов .....	13
1.3. Базовые характеристики управленческого дискурса .....	17
1.4. Концептуальное содержание дискурса в сфере менеджмента организаций .....	20
<b>Выводы по Главе I</b> .....	23
<b>ГЛАВА II. ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА КОНЦЕПТА «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» и «MANAGEMENT» В РУССКОЙ И АМЕРИКАНСКОЙ КУЛЬТУРАХ</b> .....	26
2.1. Концепт «MANAGEMENT» в американской культуре .....	26
2.1.1. Понятийное содержание концепта «MANAGEMENT» .....	26
2.1.2. Образно-метафорический и ценностный компоненты концепта «MANAGEMENT».....	29
2.2. Концепт «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» в русской лингвокультуре .....	33
2.2.1. Понятийные характеристики концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» .....	33
2.2.2. Образно-метафорический компонент концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» .....	38
2.2.3. Ценностный компонент концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» .....	44
2.3. Межкультурные сходства и различия в функционировании управленческого дискурса в американском и русском коммуникативном пространствах.....	48
<b>Выводы по Главе 2</b> .....	59
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	63
<b>БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК</b> .....	65

## ВВЕДЕНИЕ

Настоящее диссертационное исследование посвящено изучению особенностей лингвокультурного концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» как части концептуальной картины мира России и США, реализуемого в дискурсивном пространстве.

Лингвокультурные концепты понимаются как базовые элементы концептуальной системы человека, которые представляют собой единицу коллективного знания, обладающего этнокультурной спецификой и имеющего языковое выражение. С помощью лингвокультурных концептов, носителей культурных смыслов, можно рассмотреть уникальность конкретной культуры.

Управленческий дискурс в целом, и дискурс в сфере менеджмента организаций в частности, приобретают все большую популярность в российском коммуникативном пространстве, что обусловлено интеграцией нашей страны во все сегменты жизнедеятельности мирового сообщества, а также необходимостью рациональной организации производства и внедрения инновационных технологий с целью повышения уровня жизни граждан России.

Трансформация концептов, сформированных в пределах одной лингвокультуры, сопровождается изменениями концептуального содержания заимствованных концептов, обусловленными спецификой культурного фонда и менталитета представителей принимающего коммуникативного пространства.

В фокусе данного исследования находятся языковые средства репрезентации концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» в русскоязычном и англоязычном управленческом дискурсе.

**Актуальность** настоящего исследования объясняется:

– ростом значимости в современном обществе менеджмента как основного вида управленческой деятельности;

– востребованностью в современной лингвистике исследований одного из значимых в экономическом, социологическом и культурном мире концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ», подвергающегося постоянному изменению и развитию;

– необходимостью изучения специфики вербализации понятий и концептов управленческого дискурса, транслируемых или импортируемых из одной лингвокультуры в другую.

**Объектом** настоящего исследования является концепт «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ», представляющий собой ментальный конструкт, отражающий цели и содержание управленческой деятельности в организации, и вербализованный в американском и русском коммуникативном пространстве.

**Предметом** исследования являются семантические характеристики языковых единиц, вербализующих концепт «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» в русской и соотносимый концепт в американской лингвокультурах.

**Целью** настоящей работы является сопоставительный анализ характеристик концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» в американской и русской лингвокультурах.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

– изучить теоретические подходы к исследованию концептов в когнитивной лингвистике и лингвокультурологии;

– определить базовые концепты управленческого дискурса;

– выявить структуру и содержание концепта «MANAGEMENT» в американской лингвокультуре;

– определить структурные компоненты концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» в русской лингвокультуре;

– выявить межкультурные сходства и различия в репрезентации концепта «MANAGEMENT» в американском управленческом дискурсе и соотносимых концептов в дискурсе русского коммуникативного пространства.

**Теоретической базой** диссертационного исследования послужили основные положения:

– социолингвистики (И.А. Бодуэн де Куртенэ, В.М. Жирмунский, Е.Д. Поливанов, А.М. Селищев, Л.П. Якубинский);

– когнитивной семантики (Ю.Д. Апресян, Н.Д. Арутюнова, Н.Н. Болдырев, Е.С. Кубрякова, Дж. Лакофф, Е.В. Рахилина, А.Д. Шмелев);

– лингвокультурологии (Н.Ф. Алефиренко, А. Вежбицкая, В.И. Карасик, В.В. Красных, В.А. Маслова, З.Д. Попова, Ю.С. Степанов, И.А. Стернин).

При решении поставленных задач в исследовании использовались **методы**, широко применяемые в когнитивных исследованиях в лингвистике: концептуально-дефиниционный анализ, контекстуально-репрезентативный анализ, сопоставительный анализ, а также традиционные лингвистические приемы семантического и количественного анализа.

**Материалом** для практического исследования послужили данные сплошной выборки из толковых словарей и специализированных справочников по экономике на английском и русском языках, из текстов массовой информации (газетные, журнальные и электронные публикации).

**Научная новизна** исследования состоит в сопоставительном анализе специфики содержания концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» в современном русскоязычном и соотносимого концепта в англоязычном дискурсивных пространствах, в выявлении семантических особенностей языковых средств, вербализующих концепт «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» в англоязычном и русскоязычном управленческом дискурсе, а также определении лингвокультурной специфики данной ментальной структуры.

**Теоретическая значимость** работы состоит во внесении определенного вклада в изучение особенностей концептуализации и категоризации окружающего мира с учетом национально-культурного фактора, в дальнейшее развитие теоретических положений когнитивной лингвистики, обосновывающих механизмы вербальной репрезентации, актуализирующих содержательный потенциал концептов, а также в исследовании лингвокультурных особенностей репрезентации концепта «MANAGEMENT» для дальнейшего рассмотрения динамики развития данного концепта и выявления специфики аналогичных ментальных конструктов.

**Практическая ценность** исследования заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы в теоретических курсах и на практических занятиях по когнитивной лингвистике, лексикологии, при разработке спецкурсов по лингвокультурологии, при составлении учебных пособий, для написания различного рода квалификационных работ, в научно-исследовательской работе студентов и аспирантов. В силу многомерности исследуемого объекта, интегрированного в различные области знания, результаты работы могут использоваться в иных научных областях, как социология, экономика, история и др.

В ходе исследования были сформулированы и **выносятся на защиту следующие основные положения:**

1. Концепт «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» представляет собой сложный ментальный конструкт, в содержании которого выделяются образный компонент (экономическая деятельность, субъектами/объектами которой являются руководитель и подчиненные), понятийный компонент (система управления материальными, финансовыми и людскими ресурсами с целью получения прибыли и обеспечения развития предприятия), ценностный компонент (нормы и правила эффективного управления экономической деятельностью организации).

2. Трансформация из американской лингвокультуры концепта «MANAGEMENT» сопровождается изменением понятийного компонента в составе смыслового содержания управленческой и экономической деятельности и внедрением в русское языковое сознание системы норм делового поведения, принятого в США (демократический стиль общения между руководителем и подчиненными, высокая ответственность подчиненного за взятые обязательства, целенаправленность деятельности на получение прибыли, материальное стимулирование профессионального опыта и инициативности).

3. Национально-культурная специфика концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» в русском коммуникативном пространстве проявляется в наличии несовпадающих когнитивных признаков в составе ценностного компонента, выявленных в соотносимом концепте американского управленческого дискурса. Для русской управленческой лингвокультуры характерны следующие черты: авторитарный стиль правления, незначительное влияние подчиненных на принятие решений, наличие фактора страха, преобладание духа коллективизма над индивидуализмом, негативная оценка индивидуализма, преобладание духовного над материальным в процессе мотивации и поощрения работников, смешение бытового и делового дискурса.

Основные положения и выводы диссертационного исследования были представлены на заседании кафедры иностранных языков.

**Апробация результатов исследования.** Результаты исследования излагались автором на ежегодных научных конференциях: «Опыт – лучший учитель» (Белгород, 2018); «Диагностика и прогнозирование социальных процессов» (Белгород, 2017); «Социокультурные процессы в условиях глобализации: вызовы современности» (Белгород, 2017).

Основные положения диссертационного исследования нашли отражение в публикациях: «Linguo-cultural modeling»,

«Лингвокультурологические особенности в дискурсе менеджмента»,  
«Лингвокультурологические аспекты межкультурной коммуникации в вузе».

**Структура диссертации.** Магистерская диссертация состоит из Введения, двух глав, Заключения, Библиографического списка, включающего 60 наименований.

Во **Введении** даётся общая характеристика работы, обосновывается выбор темы, ее актуальность, формулируется цель и соответствующие задачи исследования, определяется теоретико-методологическая база исследования, приводятся сведения об апробации основных положений диссертации, описывается структура диссертации.

В **Главе I** «Теоретические предпосылки исследования концептов с позиций лингвокультурологии» рассматриваются существующие лингвистические подходы к определению «концепта» и «дискурса», освещаются проблемы, связанные с культурологическим описанием концептов. Так же анализируется теоретический и практический опыт исследователей управленческого дискурса с позиций выделения его базовых концептов.

В **Главе II** «Лингвокультурная специфика концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» в русской и американской культурах приводится концептуально-дефиниционный и контекстуально-репрезентативный анализ концептов «MANAGEMENT» и «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ». На основе сопоставительного анализа выявляются межкультурные сходства и различия в функционировании управленческого дискурса в американском и русском коммуникативном пространстве.

В **Заключении** в обобщённой форме излагаются результаты проведённого исследования, формулируются выводы и направления дальнейшего развития направлений научного поиска.



# ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНЦЕПТОВ С ПОЗИЦИЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ

## 1.1. Концепт как объект исследования в когнитивной лингвистике

Одним из самых современных направлений мировых лингвистических исследований в настоящее время является когнитивная лингвистика, которая рассматривает язык как «средство познания мира, формирования и выражения мысли, хранения и организации знания в человеческом сознании, обмена знаниями» [Болдырев 2014: 14].

Ключевое понятие в исследованиях языковых явлений в когнитивном русле представляет термин «концепт», который помимо лингвистики широко используется в таких гуманитарных науках, как философия, психология, культурология. Следует отметить наличие различных трактовок данного термина с позиций когнитивной лингвистики и лингвокультурологии.

В лингвокогнитивном понимании концепты определяются как «абстрактные единицы, смыслы, которыми человек оперирует в процессе мышления и речемыслительной деятельности» [Болдырев 2014: 39], то есть концепты представляют собой единицы ментального уровня.

Помимо способности отражать содержание знаний, полученных в результате познавательной деятельности, концепт является оперативной единицей мыслительной деятельности человека, по определению Е.С. Кубряковой - «квантом структурированного знания» [Кубрякова 2014: 317], а так же неотъемлемым элементом в процессе общения и передачи информации, где происходит концептуальное взаимодействие участников коммуникации.

Необходимо обратить внимание на то, что в современной лингвистической литературе термин «концепт» может употребляться как в узком, так и широком смыслах.

В узком понимании концепт определяется как «объективно существующее в сознании человека перцептивно-когнитивно-аффективное образование динамического характера в отличие от понятий и значений как продуктов научного описания (конструктов)» [Залевская 2001: 39]. В центре внимания данного подхода – обыденное знание индивидуума, основанное на бытовом опыте взаимодействия человека с окружающей средой.

Во втором случае под концептом понимается «любой ментальный конструкт, которым оперирует человек в процессе своей когнитивной деятельности» [Голованова 2011: 18]. Когнитивный статус концепта предполагает его функциональное предназначение быть носителем и одновременно способом передачи смысла, хранения знаний об окружающей действительности, он является основой для обработки субъективного опыта с помощью членения информационного наполнения мира под определенные, выработанные обществом, категории и классы, то есть является базовым компонентом в процессах концептуализации и категоризации.

В рамках такого подхода широко известна классификация концептов, предложенная Н.Н. Болдыревым:

- 1) представления, или «мыслительные картинки», вербализованные лексемами, значения которых передают обобщенные чувственные образы;
- 2) концепты-схемы, которые передают менее детальные образы;
- 3) понятия, вербализованные лексемами, выполняющими номинативную и категориальную функцию;
- 4) концепты-фреймы, репрезентированные лексемами, значение которых связано ассоциативными связями с другими лексико-семантическими группами;
- 5) сценарии, представленные словами, в значении которых заложена определенная схема каких-либо действий [Болдырев 2014: 89–91].

Анализируя представленные в современных исследованиях когнитивной лингвистики подходы к определению концепта, Е.И.

Голованова выделяет основные положения, важные для понимания термина «концепт»:

- 1) концепт – единица ментального уровня;
- 2) концепты являются единицами определенных систем, то есть не существуют автономно;
- 3) несмотря на индивидуальный характер, в сознании человека существуют универсальные компоненты, обусловленные общими физиологическими и социальными потребностями человека;
- 4) концепт – единица знания, которая отражает содержание опыта;
- 5) в концепте можно выделить концептуальные признаки, характеризующие различные аспекты знания, или компоненты (слои), репрезентирующие различные сферы опыта человека;
- 6) концепты вербализуются языковыми единицами различного уровня;
- 7) концепты представляют собой динамические единицы, то есть они способны менять свое место в системе, деактуализироваться [Голованова 2011: 16–17].

Дополняя данные положения, следует отметить, что концепты представляют собой структурные единицы определенных систем, а различные типы объединений концептов, формируя концептуальные поля, образуют концептосферу. По определению З.Д. Поповой, И.А. Стернина, концептосфера – «область мыслительных образов, единиц УПК (универсального предметного кода), представляющих собой структурированное знание людей, их информационную базу» [Попова, Стернин 2002: 14].

Учитывая субъективный характер концептов, лингвисты сходятся во мнении, что наряду с индивидуальными концептами существуют универсальные концепты, которые характеризуют в целом концептуальную систему человека. Так, например, Н. А. Беседина относит к фундаментальным концепты «ВРЕМЯ», «КОЛИЧЕСТВО», «ОТНОШЕНИЕ»,

«ПЕРСОНАЛЬНОСТЬ», «МОДАЛЬНОСТЬ», «ДЕТЕРМИНАЦИЯ» [Беседина 2008: 45].

Рассматривая концепт как «квант структурированного знания», отражающий опыт человека, в зависимости от вида знания в лингвистике различают онтологический и аксиологический концепт, а так же предметный, событийный, признаковый концепт [Голованова 2011: 16]. Дифференциация концептов по тематическим областям характеризуемого знания позволяет выделить диалектные, географические, экономические, юридические, художественные, профессиональные и другие концепты.

Большое значение в понимании сущности концепта отводится проблеме его языковой репрезентации. Неоспоримым является тот факт, что концепты вербализуются языковыми единицами. Однако Н.Н. Болдырев отмечает, что содержание концепта неисчислимо и «ни один концепт не может быть выражен в речи полностью» [Болдырев 2014: 51]. Языковые единицы в целом, и слово в частности, способны репрезентировать лишь отдельную часть концептуальных характеристик, которые значимы в процессе коммуникации. Тем не менее, слово обладает способностью активизировать мыслительную деятельность человека путем включения репрезентированного концепта в речемыслительный процесс, вызывая определенные имплицитные концептуальные характеристики, которые этим словом непосредственно не передаются. Данный факт свидетельствует о сложной структурной организации концепта, содержание которого с помощью его языковых вербализаторов может быть выявлено лишь частично.

Характеризуя структуру концепта, Н.Н. Болдырев указывает на отсутствие его жесткой организации, сравнивая его с катящимся комом снега, увеличивающимся со временем в объеме [Болдырев 2014: 45]. Содержание концепта постоянно интегрирует новые характеристики в процессе познавательной деятельности человека.

Тем не менее, выявляя основное содержание концепта, в когнитивной лингвистике в структуре концепта выделяют образный компонент, информационное содержание и интерпретационное поле [Попова, Стернин 2007: 106]. Образные когнитивные признаки отражают образные характеристики предмета или явления, формируемые в сознании человека в результате отражения окружающей действительности при помощи органов чувств (перцептивный признак) или в результате метафорического (когнитивного) осмысления. Информационное содержание концепта определяется минимумом концептуальных признаков, репрезентирующих наиболее важные дифференциальные характеристики предмета или явления. Интерпретационное поле представлено когнитивными признаками, интерпретирующими основное информационное содержание концепта в формате выводного знания или оценочной деятельности.

Таким образом, с позиций когнитивной лингвистики концепт характеризуется как «многомерный мыслительный конструкт, отражающий процесс познания мира, результаты человеческой деятельности, его опыт и знания о мире, хранящий информацию о нем» [Красавский 2001: 40–59].

## **1.2. Лингвокультурологическое понимание концептов**

В парадигме современных лингвистических исследований широкое распространение получил лингвокультурологический подход, основанный на изучении соотношения языковых и когнитивных структур в ракурсе определенной культуры.

С точки зрения данного подхода концепт определяется как лингвокультурная сущность, то есть как базовая единица, присущая определенной культуре. Данное понимание базируется на характеристике концепта как ментального образования, формируемого под влиянием среды, и прежде всего, под влиянием национального языка и культуры. По мнению Ю.С. Степанова, концепты представляют собой «основную ячейку культуры

в ментальном мире человека», которые «не только мыслятся, они переживаются» [Степанов 1997: 41].

А. Вежбицкая предлагает рассматривать концепты как мыслительный конструкт, позволяющий объяснить устройство окружающего мира. Как отмечает Р.М. Фрумкина, представительница польской лингвистики понимает под концептом «объект из мира “Идеальное”, имеющий имя и отражающий культурно-обусловленное представление человека о мире “Действительность”» [Фрумкина 1992: 3]. В исследованиях А. Вежбицкой основное внимание уделяется языковым единицам, вербализующим культуроспецифичные понятийные категории, причем, по мнению ученой, такие слова принимают участие как в «отражении», так и «формировании» образа мышления человека [Вежбицкая 2001: 20]. Ученый пришла к выводу, что в различных языках определенные концепты способны по-разному группироваться и вербализоваться в зависимости от лингвистических, прагматических и культурологических факторов [Маслова 2004: 29].

С.Г. Воркачев характеризует лингвокультурный концепт как «вербализованный культурный смысл», «семантическая единица культуры», где главным отличительным признаком лингвокультурного концепта от концепта в лингвокогнитивном понимании становится его «этнокультурная отмеченность» [Воркачев 2005: 11].

К числу главных характеристик, определяющих лингвокультурный концепт, по мнению В.И.Карасика, Г.Г. Слышкина, следует отнести «комплексность бытования», ментальность, ценностность, условность, изменчивость, ограниченность сознанием носителя, трехкомпонентность, «полиапPELLируемость», многомерность [Карасик 2005: 13-15]. Данные свойства репрезентируют лингвокультурный концепт как ментальный конструкт, создаваемый на основе синтеза языка, знания и культуры языкового коллектива. Условность концепта определяет размытость его границ, где имя концепта актуализирует ядро, а менее значимые для носителей языка признаки составляют его периферию. Свойство

изменчивости характеризует концепт как динамическую единицу, меняющуюся в ходе развития языкового общества, причем помимо понятийного и образного компонента изменению подвергаются и его ценностные характеристики, трансформируя положительную коннотацию на отрицательную и наоборот.

В отличие от других ментальных конструкций, например, когнитивного концепта, фрейма, стереотипа, в центре лингвокультурного концепта находится ценностный компонент, поскольку в любой культуре доминирует ценностный принцип. Кроме ценностного компонента, отражающего важность концепта для отдельной личности или для языкового коллектива, в структуре концепта традиционно выделяются также понятийная и образная составляющие [Карасик 2002: 154].

Понятийный компонент представляет собой «совокупность общих и существенных признаков класса объектов, представленных в сознании рационально...» [Воркачев 2016:19]. Понятийный (фактуальный) компонент существует в сознании человека в вербальной форме и представляет языковую фиксацию концепта. Образный компонент может характеризовать опыт чувственного восприятия концепта, например, тактильные, зрительные, вкусовые и др. характеристики, а так же в метафорической форме отражать понятийное содержание концепта. Согласно концепции В.И.Карасика, образная составляющая в речи не вербализуется и репрезентируется путем интерпретации и описания. Однако идея о невербальном характере образного и ценностного компонента подвергается критике со стороны других лингвистов. Так, например, Г.В.Токарев, опровергает данное утверждение на примере внутренних форм фразеологических единиц, способных объективировать как образные, так и ценностные признаки [Токарев 2003: 10].

Кроме того, в современных исследованиях лингвокультурных концептов выделяется также значимостный компонент, включающий этимологию и парадигматические, синтагматические связи имени концепта.

Он определяется «местом, которое занимает имя концепта в лексической системе языка» [Воркачев 2016: 20]. Следует отметить, что для понимания лингвокультурологического концепта особую важность имеет проблема его языковой репрезентации.

В большинстве случаев лингвокультурологами признается тот факт, что языковые средства дают возможность сформировать в сознании носителей языка лишь представление о содержании концепта, а в полном объеме концепт вербализовать не представляется возможным. Данный факт обуславливается, во-первых, индивидуальным характером познания и осмысления окружающего мира, во-вторых, - нежесткой структурной организацией концепта [Попова 2001: 96]. В случаях, когда языковая объективация концепта доступна для осуществления, в качестве вербализаторов могут выступать лексемы, фразеологизмы, свободные словосочетания, предложения, тексты и совокупности текстов [там же: 38].

Н.Д. Арутюнова обращает внимание на то, что языковые средства позволяют «осуществить реконструкцию концепта, определить его национальную специфику и место в обыденном сознании человека» [Арутюнова 2003: 11].

Следует отметить, что лингвокультурный концепт имеет способность выступать одним из значимых элементов в концептуальной организации дискурса. По мнению Г.Г. Слышкина, дискурс может рассматриваться одновременно как совокупность апелляций к концептам и как концепт, существующий в сознании носителей языка [Слышкин 2000: 7].

Таким образом, специфику лингвокультурного концепта определяют следующие характеристики: 1) синтез сознания, культуры и языка, при котором сознание является местом существования, культура – источник формирования и развития, язык – сфера фиксации концепта; 2) доминирование ценностного компонента; 3) этноспецифичность, способность концепта отражать элементы культуры и фиксировать ее своеобразие; 4) базовый элемент концептуального содержания дискурса.



### 1.3. Базовые характеристики управленческого дискурса

Понятие «управленческий дискурс» трактуется в современных исследованиях с различных позиций. Трудности определения данного термина связаны с неоднозначным подходом к самому термину «дискурс».

Лингвистический подход к содержанию понятия «дискурс» основан на его понимании как «связной последовательности письменных предложений или устных высказываний, использующихся в определенной коммуникативной ситуации для передачи информации или выполнения других социальных действий» [Дейк ван 1988: 153].

В.З. Демьянков рассматривает дискурс как «произвольный фрагмент текста, состоящий более чем из одного предложения или независимой части предложения» [Демьянков 1982: 7]. Согласно его концепции, дискурс формируется вокруг определенного концепта, актуализирует общий контекст, в состав которого входит описание субъектов и объектов, обстоятельств, временных условий, поступков участников и т.д. Важным в данном процессе становится не простая последовательность предложений, а «мир», который «строится» по ходу развертывания дискурса.

Ю.Н. Караулов, В.В. Петров определяют дискурс как «сложное коммуникативное явление, включающее, кроме текста, еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата), необходимые для понимания текста» [Караулов 1989: 8].

В отечественной лингвистике наиболее распространённым является определение дискурса Н.Д. Арутюновой, приведенное в «Лингвистическом энциклопедическом словаре»: «Дискурс - связный текст в совокупности с экстралингвистическими - прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействиях людей и механизмах их

сознания (когнитивных процессах), речь, погружённую в жизнь» [Арутюнова 1990: 136]. Данная дефиниция позволяет рассматривать дискурс как системное когнитивно-коммуникативное явление, обладающее свойствами регламентированности и взаимосвязанности с системой языка.

В лингвистических исследованиях достаточно широко применяется «тематический» подход к дискурсу, при котором дискурс определяется как «совокупность тематически соотнесенных текстов» [Чернявская 2006: 76]. При таком понимании содержание дискурса репрезентируется в комплексном взаимодействии нескольких текстов, функционирующих в пределах определенной коммуникативной среды. Данный подход позволяет рассматривать отдельные сферы человеческого познания в качестве специальных дискурсов (типов дискурса), например, юридический, политический, медицинский и др.

С позиций тематического подхода в профессиональной и общественной сфере можно выделить отдельный тип дискурса – управленческий, поскольку управление составляет важную и неотъемлемую часть жизни человека.

В современной научной литературе управленческий дискурс является объектом исследований в различных областях знаний – социологии, политологии, экономике, педагогике и др. Он характеризуется взаимосвязью с политическим, дипломатическим, религиозным, педагогическим, рекламным, военным, а также с научным, медийным, деловым и другими типами дискурсов. Поскольку управленческая деятельность пронизывает все сферы общественной жизни и все общественные институты, то определить границы управленческого дискурса не представляется возможным. Элементы управления находят отражение и в повседневном общении. Многоаспектный характер данного феномена обуславливает отсутствие четкого определения рассматриваемого дискурса.

В диссертационном исследовании Е.О. Клименко употребляет понятие «управленческий дискурс» в качестве синонима «делового дискурса»,

характеризуя его как «деловой текст в контексте ситуации производственной (трудовой) деятельности человека» [Клименко 2004: 40].

О.Л. Юдина рассматривает управленческий дискурс как сложную структуру, обладающую институциональными и когнитивно-лингвистическими особенностями: «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» [Юдина 2013].

Определяя управленческий дискурс как один из видов институционального дискурса, О.Л. Юдина дает описание его компонентной структуры, содержащей следующие признаки: 1) типовые участники, 2) хронотоп, 3) цели, 4) ценности, 5) стратегии, 6) разновидности и жанры, а также 7) дискурсивные формулы.

В числе основных участников управленческого дискурса ученый выделяет активных производителей действий (руководители различных звеньев коммерческой компании) и адресантов (подчиненные, представители других компаний, поставщики, клиенты, конкуренты и др.), отличающихся по своим качествам и нормам поведения. Пространственно-временная организация (хронотоп) дискурса ограничена обстановкой делового общения, протекающего в стенах определенного института (рабочее место руководителя, конференц-зал, производственная площадка) в устной (переговоры, совещания) или письменной (e-mail, приказы, распоряжения, деловые письма) формах, протекающего в фиксированном или произвольном промежутке времени. В качестве основной цели управленческого дискурса выделяется его директивная функция – требования, императивы к действию др. Ценности управленческого дискурса, по мнению исследователя,

сконцентрированы в его основных концептах и 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» [там же]. Стратегии управленческого дискурса определяются его частными целями.

Как и любой другой тип дискурса, управленческий дискурс имеет динамический характер, меняющийся со временем. По мнению Н.Фэрклоу, в современном обществе появились новые типы управленческого дискурса: например, экономические дискурсы, «встроенные в производственный процесс в качестве новых способов действия и взаимодействия и даже, возможно, в качестве новых пространств совместной деятельности», или «менеджериалистские дискурсы» (новые процедуры оценки работы персонала) [цит. по Щербину 2013: 59].

К таким новым типам управленческого дискурса можно отнести и дискурс в сфере менеджмента организации, представляющего собой совокупность текстов, репрезентирующих процессы формирования и организации, эффективного управления и контроля социально-экономических систем.

#### **1.4. Концептуальное содержание дискурса в сфере менеджмента организаций**

Как уже говорилось в п.1.2., управленческий дискурс можно рассматривать одновременно как совокупность апелляций к концептам, репрезентирующих управленческую сферу деятельности человека, так и в качестве самостоятельного концепта, существующего в сознании носителей языка.

По мнению В.К. Щербина, концептуальная структура управленческого дискурса складывается из «собственно управленческих, общенаучных

социальных и узкодисциплинарных концептов разных направлений социогуманитарной науки» [Щербин 2013: 60]. Белорусский ученый в ядерную зону концепта включает концепты, репрезентирующие управленческую деятельность – «организация», «планирование», «выполнение задач» и «контроль». Следующую по значимости зону формируют такие общенаучные социальные концепты, как «общество», «власть», «религия», «семья», «социальные практики». К периферийной зоне относятся узкодисциплинарные концепты различных областей знаний, например, истории, социологии, экономики, политологии, менеджмента и др.

Дискурс в сфере менеджмента организации, определяемый как один из типов управленческого дискурса, отражает теоретическое и практическое осмысление хозяйственной деятельности человека. По мнению Е.О. Клименко, концепт «МЕНЕДЖМЕНТ» представляет собой систему субконцептов, объединенных концептосферой «управление» [Клименко 2004: 42]. В понятийной структуре концепта ученый выделяет следующие содержательные признаки: 1) процесс управления хозяйственной деятельностью организации; 2) процесс управления производством (продажей) товара или услуги; 3) функции управления организацией; 4) персонал управления организацией.

Процессуальный характер менеджмента предполагает совокупность последовательных действий специально подготовленными людьми по формированию организации, постановке целей и задач, обеспечению их выполнения посредством эффективного управления материальными и человеческими ресурсами. Функциональный аспект заключается в выполнении таких обязанностей, как целеполагание, планирование, регулирование, контроль и анализ. Управленческий персонал организации представлен отдельными субъектами - менеджерами, обеспечивающими эффективное использование материальных и финансовых ресурсов.

Помимо понятийного компонента в структуре концепта выделяется образный компонент, отражающий производственно-хозяйственную

деятельность на основе обсуждения производственных проблем и принятия решения со стороны руководителей и подчиненных, а также ценностный компонент, включающий нормы и правила эффективного управления хозяйственной деятельностью организации.

Анализируя концептуальную структуру англоязычного концепта «MANAGEMENT», Е.О. Клименко определила следующие характерные признаки: когнитивная эквивалентность, коммуникативность, социальная ориентированность, удовлетворение материальных потребностей, инструментальность, посессивность, социальная рефлексия, прогностичность.

Следует отметить, что концепт «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» является относительно молодым концептом в русском языковом сознании, поскольку был заимствован из англоязычной среды в конце XX века. Поэтому его концептуальное содержание в отечественной науке является результатом трансформации англоязычного концепта «MANAGEMENT», адаптированного в русскоязычной среде.

Основные факторы, влияющие на становление и развитие менеджмента в российской экономике:

- формирование рыночного механизма и сочетание его с государственным регулированием;
- изменения в структуре потребностей общества в продукции и услугах, ориентация менеджмента преимущественно на удовлетворение потребностей в предметах потребления;
- обострение внутренней конкуренции вследствие ограниченности ресурсов и снижения спроса на традиционные отечественные продукты и услуги;
- интернационализация конкуренции и связанная с этим принудительная адаптация к международным стандартам;

– усиление социальных и экологических требований к деятельности организаций и учреждений, ориентация менеджмента на внешние факторы эффективности организаций;

– возрастающая степень комплексности реализуемой продукции и услуг, диверсификация и кооперация организаций;

– профессионализация менеджмента, повышение общественной значимости и оценки менеджмента, стремление к обучению и повышению профессиональной квалификации.

### **Выводы по Главе I**

Ключевым понятием в исследованиях языковых явлений в когнитивном русле представляет термин «концепт». С позиций когнитивной лингвистики концепт понимается как ментальный конструкт, которым оперирует человек в процессе своей когнитивной деятельности. Его функциональное предназначение заключается в способности передавать смысл, хранить знания об окружающей действительности, быть основой для обработки субъективного опыта с помощью членения информационного наполнения мира под определенные категории и классы.

Концепты являются единицами ментального уровня, формирующими определенную систему. Несмотря на индивидуальный характер, в сознании человека существуют универсальные компоненты, обусловленные общими физиологическими и социальными потребностями человека. Динамический характер концептов обусловлен их способностью менять свое место в системе и деактуализироваться.

Концепты могут существовать в виде представлений, схем, понятий, фреймов, сценариев, вербализованных языковыми единицами различного уровня. В его составе можно выделить концептуальные признаки, характеризующие различные аспекты знания, или компоненты (слои), репрезентирующие различные сферы опыта человека. Языковые единицы способны репрезентировать лишь отдельную часть концептуальных характеристик, которые значимы в процессе коммуникации. В зависимости

от вида знания различаются онтологический и аксиологический концепт, предметный, событийный, признаковый концепт, в зависимости от тематической области выделяются диалектные, географические, экономические, юридические, художественные, профессиональные и другие концепты.

С точки зрения лингвокультурологического подхода концепт определяется как ментальное образование, формируемое под влиянием национального языка и культуры, и представляет собой базовую единицу, конструируемую на основе синтеза языка, знания и культуры языкового коллектива.

Лингвокультурный концепт не имеет границ, имя концепта актуализирует ядро, а менее значимые для носителей языка признаки составляют его периферию. В составе лингвокультурного концепта выделяются понятийный, образный, ценностный и значимостный компоненты. Понятийный компонент репрезентирует общие и существенные признаки класса объектов, существует в сознании человека в вербальной форме и представляет языковую фиксацию концепта. Образный компонент отражает опыт чувственного (перцептивного) восприятия концепта, а так же в метафорической форме может актуализировать понятийное содержание концепта. Вербализация образной составляющей осуществляется с помощью фразеологических, паремиологических единиц, стилистических выразительных средств. Образный компонент может быть не вербализованным и репрезентироваться путем интерпретации и описания. Значимостный компонент включает этимологию и парадигматические, синтагматические связи имени концепта.

Лингвокультурный концепт может выступать одним из значимых элементов в концептуальной организации дискурса: может рассматриваться одновременно как совокупность апелляций к концептам и как концепт, существующий в сознании носителей языка.



Дискурс представляет собой сложное когнитивно-коммуникативное явление, в состав которого помимо текста входят экстралингвистические факторы различного характера (знание, мнения, ценностные установки), играющие важную роль в понимании и восприятии информации. Категориальную сущность дискурса репрезентируют события, участники события, сопровождающие события обстоятельства, фон, ценностно-смысловые оценки участников события и др.

Управленческий дискурс характеризуется как институциональный тип дискурса, который репрезентирует сферу управления деятельностью человека. Динамический характер функционирования управленческого дискурса обуславливает появление в его составе новых типов дискурса. Для российского языкового сознания в современных условиях новым дискурсом в системе управления становится дискурс в сфере менеджмента организации, репрезентирующий процессы формирования и организации, эффективного управления и контроля социально-экономических систем. Концептуальное содержание данного дискурса составляют собственно управленческие, общенаучные социальные и узкодисциплинарные концепты различных направлений гуманитарного знания. В качестве базового концепта дискурса рассматривается концепт «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ».

## **ГЛАВА II. ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА КОНЦЕПТА «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИЙ» И «MANAGEMENT» В РУССКОЙ И АМЕРИКАНСКОЙ КУЛЬТУРАХ**

### **2.1. Концепт «MANAGEMENT» в американской культуре**

#### **2.1.1. Понятийное содержание концепта «MANAGEMENT»**

Развитие управленческой мысли охватывает большой временной период, начиная со времен древнегреческих философов Платона и Сократа. Разработанные в ходе истории теории об организации человеческой деятельности касались в основном проблем государственного управления. Лишь в эпоху развития промышленного капитализма на рубеже XVIII – XIX вв. появились первые целенаправленные попытки теоретического осмысления менеджмента. Следует отметить, что исходным стимулом для активного развития теории менеджмента послужила английская промышленная революция. Однако мысль о том, что менеджмент как организационная форма деятельности играет большую роль в развитии и успехе предприятия, зародилась впервые в США. Предпосылками для этого послужило появление в конце XIX века большого количества крупных американских компаний, нацеленных на получение прибыли. Разработанные в ходе промышленной революции новые технологии требовали более эффективных методов управления экономикой и персоналом, основанных не на традиционных для того времени способах достижения успеха в профессиональной деятельности, зависящих от социального статуса и происхождения человека. В управленческом секторе во главу угла были поставлены способности человека, его знания и компетентности. Таким образом, появление менеджмента как науки в США было результатом стремлений бизнесменов повысить эффективность труда.

Согласно данным этимологических словарей, в английском языке появление лексемы «management» со значением ‘act of managing’ (*акт*

управления) датируется 1590 годом, образуется данное слово суффиксальным способом от глагола «to manage» (*руководить, управлять*) и добавлением суффикса –ment, обозначающего как само действие, так и результат этого действия. Употребление лексемы со значением ‘governing body’ (*руководящий орган*) восходит к 1739 году и изначально используется в сфере театральной деятельности [Online Etymology Dictionary].

В современных англоязычных лексикографических источниках у лексемы «management» определяются следующие значения:

1) «the control and organization of something, esp. a business and its employees (*контроль и организация чего-то, особенно касательно бизнеса и его сотрудников*)»; 2) «the people in charge of a business organization» (*люди, ответственные за организацию бизнеса*) [Cambridge Academic Content Dictionary];

3) «the members of the executive or administration of an organization or business» (*члены исполнительной власти или администрации организации или предприятия*), 4) «managers or employers collectively» (*коллектив руководителей или работодателей*); 5) «the technique, practice, or science of managing, controlling or dealing with» (*техника, практика или наука управления, контроля или борьбы*); 6) «the skilful or resourceful use of materials, time, etc.» (*умелое или находчивое использование материалов, времени и т. д.*); 7) «the specific treatment of a disease, disorder, etc» (*специфическое лечение болезни, расстройства и т. д.*) [Collins English Dictionary];

8) «skill in managing; executive ability» (*умение управлять; исполнительные способности*); 9) «skillful managing; careful, tactful treatment» (*умелое управление; внимательное, тактичное обращение*) [Webster’s New World College Dictionary].

Данные дефиниции свидетельствуют о том, что лексема «management» используется во всех сферах человеческой деятельности, где осуществляется управление чем-либо, а также, является системным заимствованием в

области медицины (значение 7). Применительно к задачам нашего исследования будем учитывать толкования, отраженные в управленческом дискурсе и сопоставимые с концептом «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ».

Синонимический ряд к лексеме «management» представлен в англоязычных лексикографических источниках следующими языковыми единицами: «regulation» (*регулирование; упорядочение*), «administration» (*управление*); «superintendence» (*наблюдение, контроль*), «care» (*забота, уход*), «charge» (*заведование, ответственность*), «conduct» (*руководство, управление*), «guidance» (*руководство, заведование*), «treatment» (*обращение, уход*).

Анализ дефиниционных толкований и синонимического ряда позволил нам выделить в составе концепта «MANAGEMENT» следующие структурные элементы: ‘ACTIVITY’ (*деятельность*) (значение 1, 5), ‘PERSON’ (*человек*) (значение 2, 3, 4), ‘PERSONALITY QUALITIES’ (*личностные качества*) (значение 6,8,9).

Понятийную составляющую концепта «MANAGEMENT» образуют содержательные характеристики, выделенные нами в субконцепте ‘ACTIVITY’: ‘organization’ (*организация*), ‘control’ (*контроль*), ‘administration’ (*управление*) ‘business’ (*предприятие*), ‘execution’ (*исполнение*), ‘regulation’ (*регулирование*), ‘technique’ (*техника*), ‘practice’ (*практика*), ‘science’ (*наука*), ‘material’ (*материал*), ‘time’ (*время*);

в субконцепте ‘PERSON’: ‘employee’ (*сотрудник*), ‘member’ (*участник*), ‘manager’ (*руководитель*), ‘employer’ (*работодатель, предприниматель*), ‘the executive’ (*исполнительная власть*);

в субконцепте: ‘PERSONALITY QUALITIES’: ‘ability’ (*способность*), ‘skill’ (*умение*), ‘etiquette’ (*этикет*), ‘ethical principles’ (*этические правила*), ‘behavior’ (*поведение*).

Таким образом, понятийное содержание концепта «MANAGEMENT» в англоязычном управленческом дискурсе характеризуется следующими содержательными признаками: 1) воздействие на процесс, объект, систему с

определенными целями; 2) организация и контроль деятельности; 3) рациональное использование средств для достижения целей; 4) удовлетворение материальных потребностей; 5) совместные действия на основе общих целей; 6) наличие необходимых трудовых навыков и умений; 7) поведение участников согласно этикету и этическим нормам.

Обобщая данные понятийные признаки, определим менеджмент как управленческую деятельность, субъектов и объектов этой деятельности и способы организации управленческого процесса. Как деятельность менеджмент направлен на организацию, исполнение, контроль, регулирование хозяйственного, производственного процесса, продажи товаров и услуг.

Субъектами управленческой деятельности являются работодатели, руководители, исполнительная власть, а объектами – сотрудники, персонал, менеджеры. Организация управленческой деятельности основывается на принципах коллективности, научности, непосредственного контакта участников процесса, от которых требуются знания, компетенции и умения владеть собой, обдуманно принимать решения, эффективно использовать материальные, финансовые, временные ресурсы организации.

### **2.1.2. Образно-метафорический и ценностный компоненты концепта «MANAGEMENT»**

Образно-метафорический компонент концепта «MANAGEMENT» содержит образные характеристики менеджмента, формируемые в сознании носителей английского языка в результате метафорического осмысления данного вида деятельности.

В англоязычном управленческом дискурсе, представленном в научных и публицистических статьях, выделяются следующие метафорические модели:

**«an organization»** (организация) → **«an automobile»** (автомобиль): данное метафорическое сравнение было придумано инженером-механиком

Фредериком Тейлором еще в 1911 году. Он полагал, что, если водитель все время нажимает на газ и постоянно проводит техническое обслуживание автомобиля, то такая машина будет работать длительный временной период. Так и в организации: пока работники получают справедливую оплату их труда (подача газа в транспортное средство), они будут работать на благо организации;

«**an organization**» (*организация*) → «**symphony orchestra**»: авторство данной метафоры принадлежит культурологу и историку техники Льюису Мамфорду (1895-1990), который проводил аналогию между организацией фабричного предприятия индустриальной эпохи и симфоническим оркестром. По мнению Мамфорда, музыкальная пьеса – это продукт, который нужно изготовить, нотная партитура – проектно-техническая документация, оркестранты – исполнители отдельного задания, дирижер – главный администратор;

«**an organization**» (*организация*) → «**a family**» (*семья*): например, «**As father and mother are the main directors of a family, managers have the role of directing and supervising the employees providing a basis for a paternalistic management**» (*Поскольку отец и мать являются главными директорами семьи, менеджеры играют роль руководства и надзора за сотрудниками, обеспечивая основу для патерналистского стиля управления*) [Alakavuklar 2009]. Менеджмент организации очень часто сравнивают с жизнью в семье, где конфликты напоминают семейные конфликты, разговор с конкурентами – «роман на стороне», отношения «менеджер-подчиненный» - отношения «родитель-ребенок», увольнение с работы – развод и др. В управленческом дискурсе также существует термин «**paternalistic management**» (*патерналистское управление*), означающий систему отношений, основанную на покровительстве и опеке старших над младшими;

«**an organization**» (*организация*) → «**an organisms**» (*организм*): например, «**Boards are a unique organism, because absent shareholder intervention, they are self-perpetuating**» (*Советы директоров являются*

уникальным **организмом**, поскольку при отсутствии вмешательства акционеров они являются самосохраняющимися) [Stale US boardrooms laid bare]. Сравнение бизнеса с организмом основывается на понимании эволюционирующего характера предпринимательской деятельности. Как и живой организм, бизнес конкурирует за выживание, реагирует на окружающую среду, адаптируется к ней. Кроме того, бизнес рождается, растет и умирает.

Другие метафоры, встречающиеся в управленческом дискурсе и репрезентирующие концепт «MANAGEMENT», представлены следующими когнитивными моделями: «an organization» (организация) → «persons» (персонажи), «an organization» (организация) → «family dynasties» (семейные династии), «an organization» (организация) → «brain» (мозг), «an organization» (организация) → «system of change and flux» (поток и трансформация), «time» (время) → «money» (деньги), «products» (продукты) → «solutions» (решения), «products» (продукты) → «clothing» (одежда), «products» (продукты) → «tools» (инвентарь), «progress» (прогресс) → «elevation, lift» (вертикаль, лифт), «careers» (карьеры) → «ladders» (лестницы), «work» (работа) → «sport» (спорт), «strategy» (стратегия) → «chess» (шахматы) и др.

Следует отметить, что данные модели имеют положительную коннотацию и характеризуют идеальный образ менеджмента, к которому необходимо стремиться в управленческой деятельности. Однако в дискурсе встречаются метафоры с отрицательным оценочным компонентом, отражающие негативный практический опыт, например, «an organization» (организация) → «circus» (цирк), «an organization» (организация) → «prison» (тюрьма) и др.

На основе анализа значений 6,8,9 лексикографических толкований, приведенных в п. 2.1.1., можно выделить ценностный компонент концепта «MANAGEMENT», вербализованный атрибутивными лексическими

единицами «skilful» (*опытный, квалифицированный*), «resourceful» (*находчивый*), «careful» (*внимательный, заботливый*), «tactful» (*тактичный*), «charge» (*ответственность*), на базе которых выделяются следующие концептуальные признаки: ‘good education’ (*хорошее образование*), ‘full of initiative in dealing with difficult situations’ (*инициативность в решении сложных проблем*), ‘to give serious attention to what you are doing’ (*уделять серьезное внимание тому, что делать*), ‘to avoid harm, damage, or mistakes’ (*избегать вреда, повреждений или ошибок*), ‘a keen sense of what to say or do’ (*сильное чувство, что можно говорить или делать*), ‘to avoid giving offense’ (*избегать нанесения обиды*).

Таким образом, образно-метафорический и ценностный компоненты в составе концепта «MANAGEMENT» отражают культурное своеобразие англоязычных народов. В англо-американской лингвокультуре менеджмент характеризуется как динамическая категория, нацеленная на «путь вверх» (метафоры «лестница», «лифт»), где организации поступательно (метафора «организм»), обдуманно (метафора «шахматы»), энергично (метафора «время-деньги») эволюционируют.

Главную роль в этом процессе играют люди, выполняющие определенные роли (метафора «персонажи»), организующиеся в определенные коллективы (метафоры «семья», «семейные династии»), в которых возможны любые ситуации (метафоры «семья», «цирк», «тюрьма», «спорт»).

Для достижения поставленных целей участникам управленческой деятельности необходимы образование, квалифицированный опыт, мотивация (метафора «автомобиль»), а также такие качества, как находчивость, ответственность, тактичность, внимательность.



## **2.2. Концепт «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» в русской лингвокультуре**

### **2.2.1. Понятийные характеристики концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ»**

Концепт «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» в русском коммуникативном пространстве представляет собой ментальную сущность, заимствованную из американской культуры. Причинами трансформации данного концепта послужили исторические и политические события в истории российского государства в конце 90-х гг. XX века, связанные с процессами перестройки и распадом Советского Союза, а также усилением влияния США на экономические процессы в Европе и России.

Следует отметить, что развитие экономики России на основе западных моделей вызвало появление новых подходов к процессам функционирования производств, в том числе и к пониманию производства как бизнеса, приносящего доход. На смену государственным предприятиям, функционировавшим по принципу плановой экономики, пришли новые формы их организации – корпорации, холдинги, ООО (Общество с ограниченной ответственностью), ОАО (Открытое акционерное общество) и другие, в номинации которых главную роль сыграли англоязычные заимствования (ср. corporation, holding, Ltd., plc).

Переход российской экономики на рыночную основу повлекло за собой заимствование таких номинаторов-англицизмов, как «маркетинг», «логистика», «волатильность рынка», которые актуализировали обновленное содержание концептов, вербализованных исконно русскими лексемами «изучение спроса», «доставка», «отгрузка» и другими.

Обновление коснулось и терминологического аппарата, обслуживавшего внутреннее устройство предприятий или организаций: лексемы «кадры», «администрация предприятия», «управленец» сменились на англицизмы «персонал», «топ-менеджмент компании», «менеджер».

На постсоветском пространстве англоязычный номинатор «менеджмент» достаточно длительное время сосуществовал с русской лексемой «управление». В «Толковом словаре Ожегова» (1949-1992) менеджмент дефинировался как «искусство управления интеллектуальными, финансовыми, материальными ресурсами» [Менеджмент, 1992: 365], а управление – как «1) от управлять - руководить, направлять деятельность, действия кого или чего-нибудь (например, управление государством, хозяйством, производственным процессом); 2) деятельность органов власти; 3) совокупность приборов, приспособлений, устройств, посредством которых управляется ход машины, механизма; 4) крупное подразделение какого-нибудь учреждения, крупное административное учреждение» [Толковый словарь Ожегова]. Как видно из словарных статей, «управление» в те времена являлось более широким понятием по отношению к «менеджменту», однако «менеджмент» выступал как синоним понятия «управление» на основе совпадения значения с одним из семантических признаков.

Таким образом, помимо экстралингвистических причин, обусловивших формирование концепта «МЕНЕДЖМЕНТ» в русскоязычном коммуникативном пространстве, существуют еще и собственно языковые факторы заимствования англоязычного вербализатора: потребность в разграничении содержательно близких, но различающихся понятий с целью специализации понятия.

В настоящее время концепт «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» связывается в сознании русскоговорящих людей с профессиональной и общественной деятельностью человека. В русском языке этот концепт репрезентирован номинантами «организационный менеджмент», «менеджмент организации», «менеджмент».

Обратимся к дефинициям термина «менеджмент» в русскоязычном управленческом дискурсе, представленных в современных русских лексикографических источниках и специальной литературе. В обобщенном виде менеджмент определяется как 1) принципы, методы управления

компанией или каким-либо предприятием; 2) люди, которые управляют компанией или предприятием [Дмитриев 2003]; 3) деятельность, включающая планирование, организацию, координацию и контроль, осуществляемый наемными и профессиональными работниками (менеджерами); 4) совокупность менеджеров, представляющих особый социальный слой в системе обществ, разделения труда, профессиональной и социальной структурах [Социологический словарь]; 5) наука об управлении человеческими отношениями в процессе производственной деятельности и взаимосвязей потребителей с производителями [Финансовый словарь]; 6) искусство управления интеллектуальными, финансовыми, материальными ресурсами [Толковый словарь Ожегова].

Анализ представленных толкований дает возможность выявить следующие понятийные признаки концепта «МЕНЕДЖМЕНТ» в русскоязычном управленческом дискурсе:

- 1) процесс управления;
- 2) функция, т.е. вид деятельности;
- 3) специфический орган (группа людей, осуществляющих управленческую деятельность);
- 4) определенная категория людей (социальный слой);
- 5) система знаний об управлении;
- 6) совокупность управленческих умений.

Содержательный компонент концепта «МЕНЕДЖМЕНТ» свидетельствует о том, что данные понятия охватывают все сферы человеческой деятельности, в которых осуществляется процесс управления, например, менеджмент образования, в социальной сфере, экологический менеджмент и др. Для номинации процесса управления социально-экономическими организациями с экономическими целями в русском коммуникативном пространстве все чаще применяется термин «менеджмент организации», специализирующий значение термина «менеджмент».

Отличительной характеристикой концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» от концепта «МЕНЕДЖМЕНТ» являются признаки 'упорядоченность взаимодействия', 'взаимосвязь', 'процесс', 'правила', актуализированные в понятии «организация»: 1) внутренняя упорядоченность, согласованность взаимодействия отдельных элементов частей системы в соответствии со структурой целого; 2) совокупность процессов или действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей между частями целого; 3) объединение людей, совместно реализующих цели программы и действующих на основе определенных норм и правил [Организация].

В специальной литературе «менеджмент организации» определяется как область знаний и профессиональная деятельность, направленные на формулирование целей компании и обеспечение их достижения путем эффективного использования имеющихся ресурсов. Данная деятельность направлена на управление, как производственным процессом, так и поведением людей. Рассматривая понятийный компонент концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ», в его структуре выделим наиболее значимые концептуальные признаки: 'уникальный продукт', 'работник', 'качество', 'выгода', 'инновация', 'денежные средства', 'моделирование действий', 'капитал', 'информация', 'производство'.

Таким образом, понятийное содержание концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» в управленческом научном русскоязычном дискурсе осмысливается как целостная система управления ресурсами, финансами, персоналом, информацией, затратами, производственными процессами и другими аспектами с целью получения прибыли и обеспечения развития предприятия.

Анализ синонимического ряда лексемы-репрезентанта концепта «менеджмент», представленный в русских словарях, выявил недостаточную развитость семантического поля данного слова, в числе синонимов которого используются лексемы «управление», «руководство», «управление

персоналом», «администрирование», «дирекция», что свидетельствует о низкой степени ассимиляции заимствованной лексемы в русском языке.

Рассмотрение синонимических рядов лексем «управление», «руководство», «дирекция» позволило выделить нам следующие языковые единицы, вербализующие основные структурные компоненты концепта «МЕНЕДЖМЕНТ» в русском коммуникативном пространстве:

1) признак "деятельность": «заведование», «регулирование», «правление», «ведение», «хозяйствование», «начальствование», «руководительство», «контроль», «координация», «администрирование», «координирование», «директорство», «командование»;

2) признак 'формальные субъекты деятельности': «правление», «орган», «отдел», «контора», «администрация», «директорат», «начальство», «власть», «главенство», «правительство», «коллегия»;

3) признак 'человек': «начальник», «руководитель», «администратор», «шеф», «лидер», «заведующий», «директор», «управляющий», «глава», «председатель», «староста», «распорядитель», «хозяин», «ответственное лицо», «староста», «шеф», «босс»;

4) признак 'виды деятельности': «наблюдение», «заведывание», «наставление», «взаимосвязь», «координирование», «организация», «создание», «вывод», «идея», «инструкция», «предложение», «инструктаж», «заседание», «руководство», «инструктирование», «мораль».

Представленные лексические единицы номинируют менеджмент как деятельность, заключающуюся в заведовании, администрировании, регулировании, координировании, контроле над хозяйственными процессами. Данную деятельность осуществляют управленческие структуры, находящиеся на верхнем уровне иерархической структуры организации. В их число входят руководители, исполнительная власть, администраторы. Функциональные обязанности управленцев заключаются в координировании, организации, обсуждении и контроле над процессами. Данное понимание

концепта репрезентирует в большей степени обыденное знание носителей русского языка о системе менеджмента.

### **2.2.2. Образно-метафорический компонент концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ»**

Анализ российского управленческого дискурса, представленного в научных и публицистических статьях отечественных ученых и практиков, позволил нам выделить следующие метафорические модели, ассоциируемые с концептом «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ»:

**«организация» → «часы»:** сравнение организации работы персонала с часовым механизмом основано на необходимости эффективного распределения функций каждого для правильной работы всей команды, как в часах, где каждый механизм выполняет свою роль, чтобы показывать правильное время. Для правильной работы команды необходимы взаимодействие, взаимопомощь и ответственность [Как управлять коллективом кафе/ресторана];

**«организация» → «театр»:** менеджмент организации сравнивается с театром, где сотрудники – «актеры» исполняют свои «роли», лидер организации – «режиссер» и «сценарист», который не может влиять на характер работников, но может писать программы поведения персонала путем создания сценариев для правильных ролей;

**«менеджмент» → «джаз»:** автором данного метафорического образа является американский писатель, бизнес-практик Том Питерс, однако интерес российской публики к данной модели организации менеджмента вырос после прочтения лекции в Высшей школе экономики Л.П. Переверзевым, заведующим лабораторией дизайна образования в Институте новых технологий образования г. Москвы, который объяснил и развил идею данного образа. По его мнению, успешный бизнес-менеджмент – это джаз-комбо, представляющий собой небольшой ансамбль, участники которого

хорошо знают друг друга, импровизируют в силу своих музыкальных предпочтений, не нуждаются в услугах руководителя группы. Для их творчества необходима лишь блюзовая схема, которая становится основой для рождения нового музыкального произведения во время исполнения. Такое исполнение приводит к следующему результату: «И дальше возникает нечто парадоксальное: музыканты очевидно соперничают и конкурируют, но одновременно и преданно сотрудничают! Когда кто-нибудь один выходит вперед со своими виртуозными импровизированными вариациями остальные его вовсе не перебивают, не препятствуют и не мешают ему в этом» [Переверзев 2000]. Таким образом, метафорическому осмыслению подвергаются следующие субъекты и объекты организационного процесса: «джазовый ансамбль» - «менеджмент», «джазмен» - «работник персонала», «блюз» - образ «успеха деятельности», «диалогическое музицирование» - «профессиональная деятельность» и др.;

**«менеджмент» → «искусство»:** данная метафора имеет двоякий смысл, поскольку слово «искусство» употребляется в широком и узком смыслах. В первом случае искусство означает высокий уровень мастерства в любой сфере деятельности, во втором значении – это форма творчества, т.е. создания чего-то нового, ранее не существовавшего. В обоих случаях лексема «искусство» репрезентирует эстетический смысл и эстетическую значимость. Метафорическое осмысление менеджмента как «искусство управления» актуализирует признак ‘творчество’, акцентируя внимание на интуитивном характере принятия управленческих решений, зависимости деятельности управленца от его природных способностей, личностных качеств и талантов;

**«кросс-функциональные проблемы» → «силосная башня»:** проблемы, возникающие в компаниях с иерархической организацией, аналогичны силосной башне, в которую крестьянин разместил скошенное сено. Подобно тому, что он может добраться только до верхнего слоя, так и на предприятии, основанном на строгой иерархии и субординации,

необходимая информация, знания, ресурсы спрятаны в отдельных подразделениях предприятия и недоступны для других. Данная проблема препятствует достижению общих целей;

первоначальный этап **«формирования организации»** → стадия **«тусовки»**: данная метафора используется в описании первого жизненного цикла организации и имеет ярко-выраженную лингвокультурологическую маркированность. Слово «тусовка» стало популярным в «лихие 90-е годы» и стало символом данного отрезка истории российского государства. В это время наблюдается бурный рост количества бизнес-организаций, созданных группой друзей, родственников или знакомых, решивших заняться предпринимательством «на собственный риск и страх», от безысходности ситуации, когда задерживается и не выплачивается зарплата на государственном предприятии или оно становится банкротом. Основной движущей силой развития организации на этой стадии становится вера в собственные силы, надежность партнера и мечта о «светлом будущем». В случае успеха, развитие бизнеса сопровождается расширением сферы деятельности и необходимостью увеличения числа сотрудников. Однако набор новых сотрудников осуществляется не на основе оценки уровня их профессионализма, а на основе устоявшихся принципов доверия к кандидату. Дружески-семейные межличностные отношения, препятствующие установлению деловых связей, имеют зачастую для организации разрушительный характер и усиливают кризисные тенденции.

Кроме указанных метафорических моделей организаций, в русскоязычном научном управленческом дискурсе нами были отмечены следующие метафоры: «'зеленый' бизнес» (компании, которые хотят оказать положительное влияние на окружающую среду и сообщество), «искусство полководца» (вид стратегии), «эффект времени», время как «оружие в конкурентной борьбе», мотивация как «топливо для самолета», «кредитный портфель», «военная стратегема», «человеческий капитал», «черный лебедь» (маловероятное событие, способное кардинально изменить ход системы),



«экономика знания», «институциональная ловушка», «проектный офис»; метод «Сократа», метод «Штирлица», метод «трех раундов», метод «лягушка в сметане» (методы управления персоналом).

Таким образом, выделенные образно-метафорические структуры концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» актуализируют следующие когнитивные признаки: 'взаимодействие', 'взаимопомощь', 'ответственность', 'творчество', 'правила поведения', 'роли вместо позиций', 'семья', 'дружба', 'мечта', характеризующие также ценностный компонент в составе исследуемого концепта.

Рассмотрение синонимического ряда лексем «управление», «руководство», «дирекция», вербализующих концептуальный признак 'деятельность' и представленных в русских словарях синонимов, позволяет выделить следующую образно-метафорическую составляющую описываемого концепта: управленческая деятельность ассоциируется у носителей русского языка с осуществлением власти, возможностью преобладать над другими (лексема «господство», признак 'доминирование'). Синонимы «пилотирование», «пилотаж» репрезентируют метафорический образ управления летательным аппаратом, где пилот самостоятельно определяет и контролирует ход или деятельность управляемого объекта (признаки 'действующий отдельно, независимо от других', 'действующий по собственной воле'). Лексема «дирижирование» вызывает ассоциации с оркестром, где дирижер организует сложный процесс и направляет действия других людей (признак 'сложность'). Военная метафора «командование» актуализирует признак 'обращаться с требованием выполнить что-либо'.

Синонимические лексемы, номинирующие признак 'формальные субъекты деятельности', также используются в метафорическом значении. Например, лексема «верхушка», означающая «верхнюю часть чего-либо» характеризует группу людей, занимающих высшее, начальственное положение и актуализирует признак 'доминирование'. Словосочетания «высшие круги», «руководящие круги» создают метафорический образ

замкнутой плоскости и актуализируют признак 'ограниченность', а фразеологизм «власть имущие», используемый для номинации людей, занимающих административный пост, ассоциируется с признаком 'богатство' (ср. антонимию имущий – неимущий).

Особенности вербализации признака 'человек' в структуре концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИЯ», выявленные на основе анализа лексико-синонимического поля, характеризуются наличием многочисленного состава лексем, позволяющих их классифицировать по тематическим полям: 1) военные метафоры: «командир», «(главно)командующий», «старшина»; 2) исторические метафоры: «вождь», «воевода», «атаман», «патрон», «старейшина»; 3) церковные метафоры: «владыка», «настоятель»; 4) игровые метафоры: «туз»; 5) географические метафоры: «бугор» и др.

Рассмотренные метафоры моделируют образ человека, осуществляющего управление, на основе следующих когнитивных признаков: 'требующий подчинения', 'осуществляющий покровительство', 'обладающий авторитетностью', 'вызывающий уважение', 'занимающий верхнее положение в иерархии власти'.

Для характеристики признака 'виды деятельности' в управленческом дискурсе используются следующие лексические единицы, зафиксированные в синонимических рядах: «рецепт», «кураторство», «внушение», «вразумление», «завет», «мораль», «назидание». Медицинская метафора «рецепт» ассоциируется с признаком 'рекомендация по решению определенных проблем', а метафорический перенос из области педагогики, выраженный лексемой «кураторство», номинирует признак 'наблюдение за кем-либо или чем-либо'. Метафорическое употребление психологического термина «внушение» в области управленческого дискурса актуализирует признак 'воздействие на волю, поступки другого', а лексемы «вразумление» и религиозный термин «завет» отражают признак 'объяснять истину', 'учить чему-либо'.

Среди синонимов-лексем, репрезентирующих концепт «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ», мы выделяем также стилистически окрашенные слова, выполняющие различные оценочные и стилистические функции.

В сфере разговорной лексики встречаются лексемы, имеющие отрицательную оценку денотата, например, «контора», когда говорят о несолидной, не вызывающей доверия организации, «начальничек» (уменьшительно-ласкательный суффикс «-чек», используемый по отношению к взрослому человеку, выражает негативную, возможно ироническую, оценку), «старшой» (главный в коллективе), «царек» (начальник малочисленного коллектива, нежелающий ни с кем делить власть).

Повышенную экспрессивную окраску несет группа книжной лексики, вербализующей исследуемый концепт: «верховенство», «властелин», «властитель», «правитель», «повелитель», «назидание» и др., которые в зависимости от контекста могут выражать также иронию, отрицательную оценочность.

Среди синонимов фиксируется и группа жаргонизмов, содержащих метафорический компонент и репрезентирующих негативную оценку: «атаман» (предводитель шайки разбойников), «шишкарь» (важный начальник), «важняк» (следователь по особо важным делам), «бугор» (важный человек, большой начальник).

Исходя из представленного материала, можно сделать вывод, что образно-метафорическая составляющая концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» передаёт различные ассоциации, возникающие в общественном сознании представителей русской культуры в качестве реакции на данный концепт. Когнитивными областями, в сфере которых происходит осмысление концепта, представлены различными сферами жизнедеятельности человека (техника, религия, природа, общество, история, наука, воспитание и др.).

### **2.2.3. Ценностный компонент концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ»**

Рассматривая ценностный компонент в структуре концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» в русскоязычном научном и профессиональном управленческих дискурсах, следует отметить, что российские компании уделяют большое внимание ценностной ориентации. В стратегиях развития крупных российских компаний эксплицитно указываются ценностные установки. Так, например, сеть гипермаркетов «Лента» номинирует в качестве базовых ценностей своей деятельности удовлетворение запросов покупателей, низкую ценовую политику, высокое качество товаров, уважение к каждому, сотрудники, причем отмечается, что работающий персонал является наиболее ценным ресурсом компании. В системе менеджмента большую роль играет ориентированность на командную работу, профессиональный рост персонала и поиск новых идей и решений. В энергетической компании «Т Плюс» в основу успеха заложены: профессионализм каждого в условиях работы в команде, базирующихся на доверии и сотрудничестве, развитие отраслевых и управленческих компетенций сотрудников, ориентированность на интересы потребителей, инновации. В стратегии развития предприятия указывается, что носителем ценностей компании является каждый сотрудник. В российском представительстве компании «Danone» в качестве ценностей определены гуманизм, основанный на ответственности и уважении к людям, открытость, предполагающая доверие и участие сотрудников и клиентов в организации деятельности, энтузиазм, который приемлет даже «дерзость» в хорошем понимании данного слова.

Для определения ценностной составляющей российского бизнеса обратимся к слоганам крупнейших российских компаний.

Слоган представляет собой рекламный лозунг, в котором лаконично выражено рекламное сообщение. Подобные девизы отражают внутреннюю

культуру организации и ее собственное представление о своей деятельности, выражают эмоциональную и ценностную концепцию компании. Анализ ряда слоганов позволяет нам сгруппировать их по следующим концептуальным признакам, отражающих ценностную сущность компаний:

1) 'улучшение мира': «Помогаем миру расти» (ЕвроХим), «Мир автомобилей для мира людей» (ГК Автомир), «Живи на яркой стороне», (Билайн); «Развиваем цифровой мир» (Мегафон), «Живи общением» (Связной);

2) 'лидерство': «На всех дорогах страны» (Лада Приора), «Выбор № 1» (Мегафон), «№1 для Вас» (ТехноНиколь), «Лучший партнер для жизни» (Мегафон), «Нам доверяют» (Рольф);

3) 'благополучие людей': «Просто дешевле» (Tele2), «Нам не все равно» (М-Видео); «Больше возможностей рассказать о важном» (Ростелеком), «Людям выгодно» (Эльдорадо), «Просто, выгодно, рядом» (Мегафон), «КАЧЕСТВО – СРОКИ – ЦЕНА» (АО «Глобалстрой-Инжиниринг»), «Люди говорят» (МТС), «По-настоящему рядом» (Мегафон);

4) 'экологичность': «Созидание в гармонии с природой» (промышленный холдинг «ЕВРОЦЕМЕНТ групп»), «От дерева к бумаге» (группа «Илим», целлюлозно-бумажное предприятие), «Зеленая химия для жизни» (Фосагро).

Таким образом, ценностный компонент концепта «МЕНЕЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» в научном и профессиональном управленческом дискурсах имеет следующие характеристики: 1) ориентированность на потребности и желания покупателей; 2) развитие компетенций сотрудников; 3) работа в команде; 4) диалог и сотрудничество; 5) новаторство и инновации; 6) бережливое отношение к природе; 7) соблюдение моральных норм (доверие, взаимопомощь, ответственность, конструктивная критика, дружественные отношения, инициативность).

Для анализа ценностной составляющей концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» в бытовом дискурсе обратимся к паремиологическому

фонду русского языка (пословицам и поговоркам), отражающим типичные жизненные или хозяйственные ситуации. Следует обратить внимание на то, что паремии могут наиболее точно вербально выразить традиционные ценности и взгляды определенной культуры, поскольку в их основе лежит коллективный жизненный опыт.

Распределив по группам пословицы и поговорки, вербализующие основные выделенные нами понятийные признаки концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ», мы получили следующие результаты:

1) признак 'деятельность' вербализуется паремиологическими единицами, отражающими процессы *целеполагания* («Бог по силе крест налагает», «Этот квас – не про Вас», «Зри в корень», «За двумя зайцами погонишься — ни одного не поймаешь», «Не все с верою, ино и с мерою»); *планирования* («После нас – хоть потоп», «Год не неделя, Покров не тетеря, до Петрова дня не два дня», «На двух свадьбах сразу не танцуют», «Семь раз отмерь – один отрежь», «Что нескладно, то и неладно»); *контроля* («Не доглядишь оком – заплатишь боком», «Не верь чужим речам, а верь своим очам», «Пока гром не грянет – мужик не перекрестится»);

2) признак 'формальные субъекты деятельности': «Начальнику – первая чарка и первая палка», «Первый в совете, первый в ответе», «Чье поле, того и воля», «Государи наши, воля ваша: хоть дрова на нас возите, только много не кладите», «Два медведя в одной берлоге не уживутся», «У семи нянек дитя без глазу», «У всякой пташки свои замашки», «У всякого Павла своя правда», «Была бы булава – будет и голова», «Худая матка всякому дому смятка», «Всякий Филат на свой лад», «За компанию и монах женился», «Рыба гниет с головы», «Не грешит, кто в земле лежит», «Видна птица по полету»;

3) признак 'человек': «Сам впрягает, сам погоняет, сам и в гости едет», «Хорош тот, кто поит да кормит, да и тот не худ, кто хлеб-соль помнит», «Старый конь борозды не испортит», «Знайка бежит, незнайка на печке лежит»; «Своя рубашка ближе к телу», «Доброму вору все в

пору», «Свались только с ног, а за тычками дело не станет», «Кто ветром служит, тому дымом платят», «Хочется рыбку съесть, да не хочется в воду лезть», «Всем сестрам по серьгам», «На грош амуниции, а на рубль амбиции».

4) признак 'виды деятельности': «Хотя и не плотник, а слушать охотник», «Век живи – век учись», «Доброе молчанье лучше худого ворчанья», «Где оладьи, там и ладно», «Волков бояться – в лес не ходить», «Цыплят по осени считают», «Нет дома муки, так попроси у Луки», «Дума за морями, а смерть за плечами», «Зачитаешься – в кармане не досчитаешься», «Ели, пили, веселились, подсчитали – прослезились», «Начальнику нужны и волчий рот, и лисий хвост», «Как потопаешь, так и полопаешь», «Метил в ворону, а попал в корову», «Гладко было на бумаге, да забыли про овраги», «Охали день до вечера, а поужинать нечего», «Какова псу кормля, такова его и ловля», «Отзвонил и с колокольни долой», «Чужой ворох ворошить – только глаза порошок».

Паремии, представленные в первой группе, акцентируют внимание на необходимости постановки цели как отправной точки в любой деятельности, однако эти цели должны быть реалистичными, посильными, приемлемыми. В процессе планирования необходимо определить задачи, способы достижения целей, учесть временной фактор. Ценностный ориентир при этом – минимизация ошибок, которые будут иметь отрицательные последствия для других. Важным компонентом является контроль, который должен держать в поле зрения основные сферы деятельности, причем необходимо, чтобы он был не тотальным, а разумным.

Вторая паремиологическая группа объективирует такие ценностные принципы, возложенные на управленческие структуры, как ответственность, авторитетность, единоначалие. Успех или неуспех организации зависит от того, кто стоит во главе, какой стиль руководства используется.

На основе третьей группы можно сконструировать образ начальников, присущий русскому языковому сознанию. Он может иметь как положительную коннотацию, так и отрицательную. В положительном смысле ценность представляют такие качества управленца, как активность, участие во всех сферах деятельности, забота о подчиненных, большой профессиональный опыт. Негативную оценочность приобретают такие качества руководителя, как преобладание личных мотивов, воровство, авторитарный стиль управления, лень, амбициозность, кумовство.

Четвертая группа паремиологических средств вербализует различные виды управленческой деятельности, которые могут иметь положительную оценочность и отрицательную. Положительно носителями русской культуры в процессе управления воспринимаются такие принципы, как диалогичность, сотрудничество, взаимодействие, ориентированность на развитие персонала, рискованность, направленность на конечный результат, взаимопомощь, доверие, активность. Негативную оценочность имеют следующие характеристики: выражение недовольства, бездейственность, расточительство, неправильные установки и распоряжения, безразличие, вмешательство в чужие дела, отсутствие вознаграждений и поощрений.

Таким образом, в русском коммуникативном пространстве важную роль играют ценностные ориентиры, положенные в основу успешной управленческой деятельности. В их числе – создание доверительной рабочей атмосферы, желание сделать мир лучше, людей – счастливее, идея ответственности, открытости, надежности, взаимопонимания и честности.

### **2.3. Межкультурные сходства и различия в функционировании управленческого дискурса в американском и русском коммуникативном пространствах**

Сопоставительный анализ концептуальных признаков англоязычного концепта «MANAGEMENT» и трансформированного в русскую



лингвокультуру концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» дает основание утверждать, что импортируемый концепт встраивается в заимствующую концептуальную систему на основе интерпретации инокультурных смыслов. В меньшей степени интерпретации подвергается понятийный компонент, в большей степени - образный и ценностный компоненты концепта.

Понятийные компоненты сопоставимых концептов обнаруживают ряд общих характеристик. Как в американском, так и в российском управленческом дискурсе, менеджмент организации понимается как управленческая деятельность, направленная на организацию, исполнение, контроль, регулирование хозяйственного, производственного процесса, продажи товаров и услуг. Ее субъектами являются работодатели, руководители, исполнительная власть, а объектами – сотрудники, персонал, менеджеры. Данная деятельность осуществляется с помощью комплекса методов и техник управления организацией для достижения поставленной цели, при оптимальном использовании людских, материальных и финансовых ресурсов.

В структуру импортируемого концепта входят отдельными своими смысловыми компонентами самостоятельно бытующие в управленческом дискурсе такие ментально важные и образно-ценностные для субъектов менеджмента концепты, как «мир как культура», «компания», «трудовая деятельность» и «продукт», определяющие сущностное предназначение управления как концепта и сопряженные с концептами «жизнь», «власть», «закон», «финансы», «прибыль», «персонал», «контроль», «знание/навыки/умения», «коммуникация» и «качество». Эти концепты выполняют дискурсообразующую функцию и в целом определяют развитие управленческого дискурса.

Отличительными понятийными характеристиками, актуализированных в структуре концепта «MANAGEMENT», являются жесткая организация

управления, формализация управленческих отношений, персональная ответственность каждого работника.

В американских компаниях преобладает иерархическая модель управления, что обеспечивает возможность структурным единицам действовать независимо друг от друга и обеспечивает принцип единоначалия, т.е. у любой единицы есть только один начальник, который несет ответственность за подчиненного. Эффективность работы конкретного руководителя определяется степенью его личного вклада в процесс достижения целей и решения задач, которые были перед ним поставлены.

В американской школе менеджмента внешним факторам уделяется незначительное внимание, считается, что успех фирмы зависит от внутренних факторов: рациональной организации производства, эффективного использования ресурсов, увеличения производительности труда. Для американских компаний характерна высокая степень специализации отдельных работников, структурных подразделений, а также строгое распределение их обязанностей, что позволяет сократить время подготовки сотрудников, разграничить потребности в квалифицированном и менее оплачиваемом неквалифицированном труде.

Таким образом, особенностями концепта «MANAGEMENT» являются следующие ментальные признаки: 'подчиненность', 'ответственность одного лица', 'достижение цели', 'разумность', 'эффективность', 'сосредоточение на одном направлении', 'распределение обязанностей'.

Сопоставительный анализ образного компонента концептов «MANAGEMENT» и «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» дает возможность определить отличительные особенности представления об управленческой деятельности в рассматриваемых культуры и выявить лингвокультурную специфику данного феномена.

Представленные в п.2.1.2. метафорические модели организации отражают историю становления и развития менеджмента в США. В англо-американской лингвокультуре принято рассматривать менеджмент как

деятельность, направленную на «путь вверх», где организации поступательно, обдуманно, активно эволюционируют. Перемещение вверх и вниз осуществляется с учетом профессионального опыта работника и его достижений. Большую роль играет выслуга лет, так как она в основном влияет на уровень заработной платы. Главная роль в этом процессе отводится людям, выполняющим определенные роли, организующихся в определенные коллективы, в которых возможны любые ситуации. Для достижения поставленных целей участникам управленческой деятельности необходимы образование, квалифицированный опыт, мотивация, а также такие качества, как находчивость, ответственность, тактичность, внимательность.

В русском управленческом дискурсе часто встречаются следующие словосочетания: «пробелы или проблемы управления», «условия неопределенности или неопределенная среда», «новые вызовы», «новые направления или новый формат развития», «смена парадигмы» и т.д. Данные языковые средства достаточно убедительно показывают обеспокоенность российского профессионального сообщества реализацией системы менеджмента в российских компаниях, что зачастую связано с особенностями осмысления и практической реализации многих управленческих вопросов.

Лингвокультурные особенности российского бизнеса, выделенные нами на основе образно-метафорических структур концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ», актуализируют следующие когнитивные признаки: 'взаимодействие', 'взаимопомощь', 'ответственность', 'творчество', 'правила поведения', 'роли вместо позиций', 'семья', 'дружба', 'мечта'.

Кроме того, исторически и культурно обусловленными для русской хозяйственной деятельности являются такие смысловые категории, как 'дистанция власти', 'коллективизм', 'фактор страха', 'избегание неопределенности', 'неформальные договоренности', 'личные связи', 'традиции и привычки'.

Безусловно, Россия является страной с богатой культурой и историей, наполненной драматическими событиями. Это накладывает отпечаток и на адаптацию импортируемых концептов в русское языковое сознание. В деятельности российских компаний достаточно часто обнаруживается репрессивный стиль управления, когда вместо анализа сложившейся проблемной ситуации осуществляется поиск «крайнего» и наказание виновных. Как следствие этого – «фактор страха», когда работники, боясь наказания, умалчивают о проблемах. Очень часто встречается картина, когда начальник устанавливает невыполнимые задачи, зная, что они в лучшем случае будут выполнены наполовину, что ведет к низкой производительности труда и менее эффективной деятельности.

Российскому менталитету характерны такие признаки, как ‘неформальные договоренности’, ‘личные связи’, ‘традиции и привычки’, что откладывает отпечаток на сотрудниках организации, реализующих принцип «тройного стандарта»: «думают одно, говорят второе, а делают третье». Стоит акцентировать внимание также на укоренившийся коллективистский менталитет и отчуждение индивидуализма.

Ценностная составляющая концепта, ранее воспринимавшегося как концепт пустой, проявилась также в появлении специфических экономических ситуаций или событий, ранее не имевших место в русскоязычном экономическом социуме. Такой экономической ситуацией оказалось банкротство как угроза производству и функционированию предприятия. Концепт «менеджмент» импортировал еще одно ценностное качество – управление рисками (risk management) вместе с методиками и спектром стратегических инструкций, позволяющими избежать банкротства компании или восстановить ее нормальное функционирование. Сегодня словосочетание «риск-менеджмент» широко употребляется в российском бизнес-сообществе.

Сегодня значительно расширились смысловые границы российского понятия «управление кадрами» как в смысле увеличения списка

обязанностей ответственных за учет и контроль персонала, так и в смысле содержательном, ценностном. «Кадровый менеджмент» (personnel management) предусматривает измененное отношение к нанимаемому работнику, пристальное внимание к его производственным характеристикам, к качествам его личности, способными либо улучшить, либо затормозить производительность как его труда, так и труда всего коллектива компании, а стало быть – снизить эффективность всего производства. Для российского бизнеса стала естественной практика собеседований при приеме на работу, прекратившая советский формализм этого процесса, приучившая потенциального работника к составлению резюме (curriculum vitae, resume), пробудившая здоровую конкуренцию введением конкурса на замещение вакантных должностей, контролем за деятельностью, возможностью увольнения за производственную неэффективность и т.д.

Еще одной – содержательно важной – ценностной составляющей импортированного концепта «менеджмент» явилось значение управления качеством производимой продукции, продажи товара или предложения сервиса (услуг). Менеджмент качества (quality management) значительно расширил смысловые границы ранее бытовавшего в советской экономике института контроля качества. Если раньше «богом и царем» производства был отдел технического контроля (ОТК), руководствовавшийся в своей деятельности ГОСТами, весьма широко трактовавшими стандарты качества, и, соответственно, допускавшими большие отклонения от реального качества продукта, то сегодня российские предприятия имеют целую цепочку ответственных за достижение качества выпускаемой продукции, руководствующихся так называемыми ТУ (техническими условиями – термин, также заимствованный из англоязычного менеджмента – standard specifications), т.е. стандартами, жестко закрепляющими технические параметры изделия, но дающими возможность их оперативного изменения в случае, если эти параметры не удовлетворяют потребителя. Плоды такого управления качеством сегодня хорошо известны, например, потребителям

российской бытовой техники (телевизоры, видеомагнитофоны и DVD-плееры российской марки Rolsen или продовольственные товары глубокой заморозки «Дарья»).

Ценностная составляющая концепта «менеджмент» в российской лингвокультуре трансформируется также и в ракурсе усиления значений «информативность» и «технологичность». Начнем с того, что значение «информация» в смысловом содержании русскоязычного концепта «управление» никак не выделялось. Управление информацией стало возможным только в ходе процесса импорта концепта «management», в котором семантический компонент «информативность» уже присутствовал и способствовал оформлению целого направления в управленческой деятельности – информационному менеджменту как особой технологии управления потоками информации (документооборотом, быстрым доступом к архивам документов, к базам данных и проч.). В англоязычном концепте «management» сема «информативность» тесно связана с семой «технология», поскольку управление информационными потоками сопряжено с использованием компьютерных или электронных технологий. Именно поэтому смысловое содержание концепта уточняется смысловым содержанием субконцепта «technology», расширяющим ценностную составляющую концепта «management» до «IT-management» (information technology management). В настоящее время у имени «IT-management» появился дублет, имеющий омонимичное написание, но содержательно еще более расширенный – Internet Technology management (IT-management), номинирующий процессы управления, осуществляемые при помощи еще более продвинутой технологии на глобальном общемировом уровне через доступ во «всемирную паутину» – World Wide Web. Технология Интернета дает возможность оптимизации управления, мобильности и скорости управления отдаленным бизнесом, и соответственно повышает эффективность такого управления в десятки и сотни раз. Моментальная рассылка инструкций и указаний по адресам электронной почты

подразделений компании, возможность визуального контакта с филиалом компании, находящимся на другой стороне планеты, возможность мгновенной рекламы продукции через баннеры электронных сайтов, а также возможность применения целого ряда иных управленческих приемов при помощи компьютерных технологий являются ценностной составляющей импортированного концепта. Для российской лингвокультуры этот ценностный параметр концепта «менеджмент» пока находится в стадии освоения, так как, с одной стороны, эти возможности пока недостаточно когнитивно освоены российским деловым сообществом; с другой – эта проблема имеет свою экономическую сторону, связанную с недостаточно развитым парком дорогостоящих компьютерных устройств, способствующих развитию электронной сети Рунета.

Концепт «менеджмент» проникает в такие области российского применения, где ранее его бытование было немыслимо. Речь идет об областях гуманитарного применения, таких, как образование и культура. Сегодня говорят об образовательном менеджменте и менеджменте в сфере искусства, во всяком случае, тогда, когда эти области человеческой социальной активности нуждаются в эффективной организации процесса (учебный процесс) или сопрягаются с извлечением прибыли (продажа предметов искусства, осуществление руководства деятельностью исполнителя или творческого коллектива, так называемое продюсирование).

Развитие смыслового и когнитивного содержания анализируемого концепта происходит в рамках широко принятого в англоязычном социуме направления совершенствования организации (organization) и поддержки тенденции субъектов управленческой коммуникации к лидерству (leadership).

В когнитивную ткань концепта встраивается целый ряд дополнительных смыслов через внедрение новых для российского управления понятий, например, таких как коучинг (coaching), давно и широко известный в англоязычной культуре как неотъемлемый смысл

англоязычного концепта «management». Остановимся на описании этого понятия более подробно.

Понятие коучинга впервые было введено психологом-консультантом Фердинандом Ф. Фурнье для описания процесса консультирования в целях повышения эффективности бизнеса. Методики психологического и языкового воздействия на личность в процессе консультирования были описаны в небольшой по объему монографии (Fournies 1978). Идеи Фурнье были развиты и дополнены лингвистическими опытами Маршалла Голдсмита, Лоренса Лайонза и Алисы Фрис (Goldsmith – Lyons – Freas 2000). Коучинг представляет собой субконцепт, отражающий психо-лингвистическое воздействие агента-консультанта на личность клиента, вовлеченного в производственный или управленческий процесс, т.е. реципиента-консультируемого. Структура этого воздействия всякий раз меняет свое дискурсивное и стратегическое содержание в зависимости от типа личности консультируемого и специфических условий конкретной бизнес-ситуации или управленческой ситуации, в которую попадает объект воздействия. Важной особенностью субконцепта «коучинг» является его терапевтичность, т.е. выведение зашедшего в организационный тупик клиента коучинга из трудной бизнес-ситуации путем речевого воздействия – при помощи вербальных и иллюстративных «настроек на успех» (Самоукина, Туркулец 2004: 21). Связь коучинга с менеджментом проявляется, во-первых, в их природе как феноменах управленческой коммуникации (воздействуя, управляют, и управляя, воздействуют), и, во-вторых, в близости ролей, которые исполняет менеджер на производстве, управляя подчиненными, и коуч, управляя объектом своего воздействия – тем же менеджером, нуждающимся в коррекции своего поведения для повышения эффективности собственной управленческой деятельности.

Коучинг в то же время весьма показательно отражает специфику этнокультурного проникновения гиперконцепта «менеджмент» в российскую лингвокультуру. Если изначально, зародившись в недрах англоязычной



культуры, коучинг как метод управления «не предполагает формулирование советов и рекомендаций клиенту» и «полностью направлен на активизацию резервов и креативного потенциала человека» (Самоукина, Туркулец 2004: 21), то в российской бизнес-среде он понимается именно как раздача коучем советов и рекомендаций. Роль коуча в российском бизнесе как раз и заключается в том, что он раздает советы.

Коуч в англоязычной лингвокультуре – это прежде всего тренер (coach – англ. тренер), т.е. человек, создающий команду, грамотно расставляющий игроков и вводящий их в игру в тот момент, когда это необходимо. Таким образом, западная модель управления сегодня диадой «коуч – член команды» заменяет стереотипную диаду «начальник – подчиненный», которая в российской модели управления по-прежнему существует и доминирует.

В российской лингвокультуре коуч понимается как начальник, управленческая современность («продвинутость») которого заключается в исполнении ролей «учителя», «куратора», «помощника», «наблюдателя», «советчика», «судью», «вдохновителя» и даже «лидера» (Самоукина, Туркулец 2004: 94). Иными словами, понимание истинного содержания коммуникативной деятельности коуча размывается.

В западном представлении о культуре управления (management culture) закреплены языковые маркеры лингвокультурного характера. Все они предполагают четкое структурирование (формализацию) повседневного общения в ущерб личностному общению в рамках производственной деятельности. Вежливость доминирует над фамильярностью, формулы вежливости доминируют над вербальной агрессией. Разумеется, речь идет об общепринятых установках в вербальном оформлении управленческой коммуникации, тех самых установках, которые широко известные миру транснациональные корпорации прописывают в своих корпоративных кодексах поведения (corporate codes). Нельзя с уверенностью говорить о том, что в реальной деятельности и, в частности, в деятельности мелких компаний вербальные установки легализованы или соблюдаются в их идеальной

форме. Тем не менее, общая тенденция такова, как было сказано выше, и прежде всего из-за внимательного контроля закона за соблюдением прав наемного работника и прав человека в целом. Особенно релевантна такая ситуация для менеджмента американского, который действует в полиэтническом пространстве Соединенных Штатов. Можно с уверенностью констатировать, что важным компонентом концепта «management» (т.е. в его англоязычном понимании) является политкорректность (political correctness), которую скорее следует именовать как коммуникативную корректность (communicative correctness). В этот феномен, по нашему мнению, следует включить разнообразные проявления позитивного поведения в отношении объекта менеджмента.

На базе американского концепта развились российские ценностные характеристики управленческой коммуникации, вошедшие в содержание российского концепта, вербализуемые посредством следующих норм организации деятельности:

- Следует чередовать периоды активной деятельности и размышлений;
- Необходимо уметь интуитивно постигать людей и явления;
- Необходимо стимулировать коллективный труд;
- Необходимо идти на жертвы ради получения результата;
- Необходимо строить отношения внутри организации по нормам добра и справедливости;
- Необходимо относиться к сотрудникам с душевной теплотой и оказывать помощь ближнему;
- Следует поощрять гибкость, умение мыслить нестандартно;
- Не следует манипулировать людьми;
- Не следует переоценивать роль денег в жизни;
- Необходимо осознавать, что развитие личности и группы происходит стадийно по спирали;
- Необходимо осознавать, что основа устойчивости – движение;

- Необходимо строить отношения с людьми на основе честности;
- Необходимо ставить не только материальные, но и духовные (идеологические, патриотические) цели;
  - Следует помнить, что мы зависимы не только от внешней среды, но и от собственного прошлого и будущего;
  - Следует осознать, что для успешного движения вперед сильные должны стать добрыми, а слабые – сильными;
  - Следует помнить, что не всегда управленческая среда требует немедленных действий, сначала ее нужно как следует изучить;
  - Не следует спешить. Все происходит вовремя к тому, кто умеет ждать;
  - Никогда не следует ничего бояться. Страх – противоположность свободе действий;
  - Следует понимать, что мир двойствен: им управляют пары противоположностей. В нем (и в каждом человеке) черное и белое сливаются в различные цвета;
  - Необходимо понимать, что в управлении каждый раз решается древняя дилемма: накормить голодного рыбой или научить его ее ловить. Второе – основа развития;
  - С уверенностью полагаться следует только на себя;
  - Следует помнить, что ожидание денег – худший вид времяпрепровождения.

## **Выводы по Главе 2**

Понятийное содержание концепта «MANAGEMENT» в англоязычном управленческом дискурсе характеризуется следующими содержательными признаками: 1) воздействие на процесс, объект, систему с определенными целями; 2) организация и контроль деятельности; 3) рациональное использование средств для достижения целей; 4) удовлетворение материальных потребностей; 5) совместные действия на основе общих целей;

б) наличие необходимых трудовых навыков и умений; 7) поведение участников согласно этикету и этическим нормам.

Менеджмент определяется как управленческая деятельность, субъектов и объектов этой деятельности и способы организации управленческого процесса. Как деятельность менеджмент направлен на организацию, исполнение, контроль, регулирование хозяйственного, производственного процесса, продажи товаров и услуг. Субъектами управленческой деятельности являются работодатели, руководители, исполнительная власть, а объектами – сотрудники, персонал, менеджеры. Организация управленческой деятельности основывается на принципах коллективности, научности, непосредственного контакта участников процесса, от которых требуются знания, компетенции и умения владеть собой, обдуманно принимать решения, эффективно использовать материальные, финансовые, временные ресурсы организации.

Образно-метафорический и ценностный компоненты в составе концепта «MANAGEMENT» отражают культурное своеобразие англоязычных народов. В англо-американской лингвокультуре менеджмент характеризуется как динамическая категория, нацеленная на «путь вверх» (метафоры «лестница», «лифт»), где организации поступательно (метафора «организм»), обдуманно (метафора «шахматы»), энергично (метафора «время-деньги») эволюционируют. Главную роль в этом процессе играют люди, выполняющие определенные роли (метафора «персонажи»), организующиеся в определенные коллективы (метафоры «семья», «семейные династии»), в которых возможны любые ситуации (метафоры «семья», «цирк», «тюрьма», «спорт»). Для достижения поставленных целей участникам управленческой деятельности необходимы образование, квалифицированный опыт, мотивация (метафора «автомобиль»), а также такие качества, как находчивость, ответственность, тактичность, внимательность.

Представленные в русском управленческом дискурсе лексические единицы номинируют менеджмент как деятельность, заключающуюся в заведовании, администрировании, регулировании, координировании, контроле над хозяйственными процессами. Данную деятельность осуществляют управленческие структуры, находящиеся на верхнем уровне иерархической структуры организации. В их число входят руководители, исполнительная власть, администраторы. Функциональные обязанности управленцев заключаются в координировании, организации, обсуждении и контроле над процессами. Данное понимание концепта репрезентирует в большей степени обыденное знание носителей русского языка о системе менеджмента.

Образно-метафорическая составляющая концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» передаёт различные ассоциации, возникающие в общественном сознании представителей русской культуры в качестве реакции на данный концепт. Когнитивными областями, в сфере которых происходит осмысление концепта, представлены различными сферами жизнедеятельности человека (техника, религия, природа, общество, история, наука, воспитание и др.).

В русском коммуникативном пространстве важную роль играют ценностные ориентиры, положенные в основу успешной управленческой деятельности. В их числе – создание доверительной рабочей атмосферы, желание сделать мир лучше, людей – счастливее, идея ответственности, открытости, надежности, взаимопонимания и честности.

Сравнительный анализ концептов «MANAGEMENT» и «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» выявляет ряд сравнительных характеристик:

- 1) Американские менеджеры более индивидуалистичные, чем их российские коллеги;

2) Управленческая культура в Соединенных Штатах характеризуется меньшей дистанцией власти и меньшим избеганием неопределенности, чем в Российской управленческой культуре;

3) Российские менеджеры более догматичны, чем их американские коллеги, хотя разница между показателями не была очень большой. Это говорит о том, что есть культурная основа для возможности успешной передачи концепций управления американских компаний в Россию.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование позволило прийти к выводу, что управление в американском языковом сознании связано с важнейшими ценностными ориентирами и представляет собой детально концептуализированную структуру. Оно отличается от соответствующего концепта в российском языковом сознании, где подобная детализация пока не наблюдается. Причиной этому служат определенные социально-исторические условия. Обнаруженные лингво- и социокультурные различия в отношении к управлению в языковом сознании представителей различных групп русского и американского управленческих социумов демонстрируют определенную динамику русскоязычного дискурса в сфере менеджмента организации, постепенно адаптирующей содержательные характеристики американского концепта «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ» к российским условиям управленческой деятельности и развивающей свою собственную модель ведения хозяйства.

В диссертации представлены структурные компоненты управленческого дискурса в американской и русской бизнес- и лингвокультурах, в центре которых располагается концепт «менеджмент» как сложное ментальное образование. В его составе выделены образный компонент (производственно-хозяйственная ситуация, в которой участвуют руководитель и подчиненные, обычно в виде обсуждения производственных проблем и принятия решения), понятийный компонент (комплексный процесс обеспечения эффективной целенаправленной хозяйственной деятельности организации) и ценностный компонент (нормы и правила эффективного управления хозяйственной деятельностью организации).

Концепт «менеджмент» является импортируемым концептом из американской лингвокультуры в русскую, он внедряет в русское языковое сознание необходимость использования современных научно-технических достижений в хозяйственной деятельности, прежде всего, в области хранения

и переработки информации, и систему норм делового поведения, принятого в США (демократический и уважительный стиль общения между руководителем и подчиненными, высокая ответственность подчиненного за выполняемую работу, поощрение инициативы подчиненных, нейтрализация гендерных различий в поведении менеджера).

В работе определена этнокультурная и лингвокультурная специфика понимания концепта «менеджмент» в американском и русском языковом сознании. Установлено, что для американской деловой лингвокультуры характерны противопоставление обыденного и делового дискурса, соблюдение внешних норм политкорректности, демократичность как доминанта управленческого дискурса, поощрение материальным вознаграждением подчиненного за его реальный вклад в развитие предприятия, стимулирование состязательности подчиненных. Для русской деловой лингвокультуры типичны смешение обыденного и делового дискурса, пренебрежение внешними нормами политкорректности, преимущественно авторитарный стиль руководства, поощрение материальным вознаграждением подчиненного за его лояльность, амбивалентная оценка состязательности, которая часто ассоциируется с завистью.

Основные перспективы проведенного исследования видятся в рассмотрении лингвокультурных особенностей заимствованных концептов в других сферах экономической деятельности, а так же в дальнейшем изучении управленческого дискурса с позиций лингвокультурного подхода в сопоставительном аспекте.

Проведенное исследование перспективно и в лексикографическом (прикладном) аспекте: для менеджеров как субъектов управленческой деятельности был бы полезен словарь-справочник основных терминов управленческой деятельности (в том числе единиц специфического жаргона менеджеров разных мировых бизнес-культурах).



## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Андриенко А.А. Образно-метафорическая составляющая концепта «УСПЕХ» в американской и русской лингвокультурах // Таврический научный обозреватель. Филологические науки. - №1 (сентябрь). – 2015. – С. 125-129.
2. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. С. 136-137.
3. Арутюнова Н.Д. О работе группы "Логический анализ языка" Института языкознания РАН // Логический анализ языка. Избранное. 1988-1995. – М.: Индрик, 2003. – С. 7 - 23.
4. Беседина Н. А. Принципы и механизмы морфологической репрезентации в языке // Филологические науки. - 2008. - № 6. - С. 44–52.
5. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика. Введение в когнитивную лингвистику : курс лекций. - М-во обр. и науки РФ, Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина, Рос. ассоциация лингвистов-когнитологов. - Изд. 4-е, испр. и доп. Тамбов : Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2014. – 236 с.
6. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов / Пер. с англ. А.Д. Шмелева. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 288 с. – (Язык. Семиотика. Культура. Малая серия.
7. Воркачев С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // Филологические науки. - 2001. - № 1. - С. 64–72.
8. Воркачев С.Г. Ex pluribus unum: лингвокультурный концепт как синтезное образование // Вестник РУДН. Серия Лингвистика. – Т. 20. - №2. – 2016. – С. 17-28.
9. Воркачев С.Г. Постулаты лингвоконцептологии // Антология концептов / Под ред. В.И. Карасика, И.А. Стернина. - Том 1. - Волгоград: Парадигма, 2005. – 352 С.

10. Годзоев В.А. Особенности менеджмента в компаниях США // Экономика и менеджмент инновационных технологий. - 2014. - № 3. - Ч. 1. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/03/4315> (дата обращения: 23.09.2018).
11. Голованова, Е.И. Введение в когнитивное терминоведение : учебное пособие / Е.И. Голованова. – М. : Флинта, Наука, 2011. – 135 с.
12. Даржаева Н.В. Управленческий дискурс в жанре интервью менеджера: функционально-прагматический аспект (на материале английского языка): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Улан-Удэ, 2009. – 24 с.
13. Дейк ван Т. А., Кинч В. Стратегия понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1988. Вып. XXIII. С. 153-211.
14. Демьянков В. З. Англо-русские термины по прикладной лингвистике и автоматической переработке текста. - Вып. 2. Методы анализа текста // Всесоюзный центр переводов. - Тетради новых терминов. - М., 1982. - С. 7.
15. Дмитриев Д.В. Толковый словарь русского языка Дмитриева // Словари и Энциклопедии. – 2003. URL: <http://endic.ru/dmytriev/Menedzhment-1398.html> (дата обращения: 02.10.2018).
16. Дрыгина Ю.А. Место управленческого дискурса в классификации типов дискурса и дискурсивных жанров // Фундаментальные исследования. – 2013. – № 10-12. – С. 2810-2813. URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=32878> (дата обращения: 18.10.2018).
17. Залевская А.А. Психолингвистический подход к проблеме концепта // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. - Воронеж, 2001. – С. 135-138.
18. Иванова Е.В. Метафорическая концептуализация природных катастроф в экологическом дискурсе (на материале медийных текстов) : дис. ... канд. филол. наук. – Челябинск, 2007. – 219 с.
19. Ионин Л.Г. Социология культуры. М.: Логос, 1996. – 280с.

20. Как управлять коллективом кафе/ресторана // POS Sector. Для ресторанов и магазинов. – 09.12.2014. URL: <https://pos-sector.net/kak-upravlyat-kollektivom-kafe-restorana/> (дата обращения: 02.09.2018).
21. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. — Волгоград: Перемена, 2002. — 476 с.
22. Карасик В.И. Паремнологическая оценка социального равенства // Вестник Орловского государственного университета. Серия: Новые гуманитарные исследования. - 2012. - № 3. - С. 159-161.
23. Карасик В.И., Слышкин Г.Г. Базовые характеристики лингвокультурных концептов // Антология концептов / под ред. В.И. Карасика, И.А. Стернина. - Том 1. - Волгоград: Парадигма, 2005. – 352 С.
24. Караулов Ю. Н., Петров В. В. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса // Т. А. ван Дейк: Язык. Познание. Коммуникация : пер. с англ. М., 1989. С.
25. Клименко Е.О. Концепт «МЕНЕДЖМЕНТ» в американской и русской лингвокультурах. - Дис. ... кандидата филол. наук. - Волгоград, 2004. – 204 с.
26. Кожемякин Е.А. Дискурс-анализ в современном социально-гуманитарном знании // Человек. Сообщество. Управление. – 2006. – №3. - URL: [http://chsu.kubsu.ru/arhiv/2006\\_3/2006\\_3\\_Kozhemyakin.pdf](http://chsu.kubsu.ru/arhiv/2006_3/2006_3_Kozhemyakin.pdf) (дата обращения: 10.10.2018).
27. Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. Монография. - Волгоград, 2001. – 225 с.
28. Крысин, Л.П. Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 888 с. – (Studiophilologica).
29. Кубрякова, Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира // Рос. академия наук. Ин-т языкознания. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с. (Языки. Семиотика. Культура).

30. Маслова В. А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с.
31. Маслова В.А. Когнитивная лингвистика: Учебное пособие / В.А. Маслова. – Мн.: ТетраСистемс, 2004. – 256 с.
32. Менеджмент // Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений. - Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова.- 4-е изд., дополненное.- М.: Азбуковник, 1999.- 944 с.
33. Новикова Т.Б. Заимствование лингвокультурных концептов : Автореф. дис. ... канд. филол. наук. - Волгоград, 2005. - 35 с.
34. Переверзев Л.Б. Менеджмент как джаз. Сопоставительные метафоры // РИА «Стандарты и качество»: стандартизация, метрология, менеджмент качества. - 01.06.2000. URL: <https://ria-stk.ru/mmq/adetail.php?ID=7805> (дата обращения: 09.09.2018).
35. Пименова М.В. Введение в концептуальные исследования: уч. пособие/ М.В. Пименова, О.Н. Кондратьева: ГОУ ВПО «Кемер. гос. ун-т». – Кемерово: Кузбассвузизд, 2006. – 179 с.
36. Попова З. Д., Стернин И. А. Очерки по когнитивной лингвистике. - Воронеж, 2001. - С. 96—97.
37. Попова, З.Д., Стернин И.А. Язык и национальное сознание. - Воронеж, 2002.- 238 с.
38. Савич Е. Дискурс – контекст // La Table Ronde : сб. материалов. Вып. 1. Дискурс в академическом пространстве: Материалы Междунар. круглого стола (3–5 апреля 2009 г., Минск, Беларусь). - Минск, 2010. - С. 125-128.
39. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. – М.: Academia, 2000. - 141 с.
40. Социологический словарь // Словари и Энциклопедии. – 2000-2015. URL: <http://endic.ru/sociology/Menedzhment-4355.html> (дата обращения: 02.10.2018).

41. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 824 с.
42. Тен ван Дейк: О трендах в дискурсном подавлении, европейском национализме и гуманитарной ядерной бомбе (Интервью брали Я. Тяжлов и Е. Кожемякин) // Современный дискурс-анализ. 2013. Вып. 9. (Электронный журнал : [www/discourseanalysis.org](http://www.discourseanalysis.org)). - С. 4–5.
43. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. - М., 2000. – 624 с.
44. Токарев Г. В. Концепт как объект лингвокультурологии (на материале репрезентаций концепта «Труд» в русском языке): Монография. — Волгоград: «Перемена», 2003. – 213 с.
45. Толковый словарь Ожегова / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/252514> (дата обращения 16.11.2018).
46. Толковый словарь Ожегова // Словари и Энциклопедии. – 2000-2015. URL: <http://endic.ru/ozhegov/Menedzhment-15481.html> (дата обращения: 02.10.2018).
47. Финансовый словарь // Словари и Энциклопедии. – 2000-2015. URL: <http://endic.ru/finance/Menedzhment-1045.html> (дата обращения: 02.10.2018).
48. Фрумкина Р.М. Концептуальный анализ с точки зрения лингвиста и психолога // НТИ. Сер. 2. Информационные процессы и системы. 1992. № 3. С. 1 – 8.
49. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса : проблемы речевого воздействия : учеб. пособие. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 136 с.
50. Шилина С.А. Управленческий дискурс: социологический анализ // Среднерусский вестник общественных наук. - Социология и жизнь. - 2011. - №3. - С.57-63.
51. Ширяева Т. А. Когнитивная модель делового дискурса: монография. - Пятигорск, 2006. - С. 49–55.

52. Щербин В. К. Социальные концепты в структуре управленческого дискурса // Социология : научно-теоретический журнал / Белорусский государственный университет. – Минск: БГУ, 2013. - № 4. - С. 54-64.

53. Юдина О. Л. Метафоры и метафорические модели в российском и англо-американском управленческом дискурсе: параллели и взаимодействие : Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2012. С..

54. Юдина О.Л. Управленческий дискурс как особый вид институционального дискурса (лингвистический аспект) // Вопросы управления. - Уральский институт управления - филиал РАНХиГС. – Вып. №3(24), сентябрь 2013 г. URL: <http://vestnik.uapa.ru/ru/issue/2013/03/10/> (дата обращения: 02.10.2018).

55. Alakavuklar O.N. “We are a Family” – a critical organizational discourse analysis // International Journal of Business and Management. – Vol. 1, No 1. – 2009. URL: [https://www.researchgate.net/publication/259297442\\_We\\_Are\\_a\\_Family\\_-\\_A\\_Critical\\_Organizational\\_Discourse\\_Analysis](https://www.researchgate.net/publication/259297442_We_Are_a_Family_-_A_Critical_Organizational_Discourse_Analysis) (дата обращения: 15.12.2018).

56. Cambridge Academic Content Dictionary. - Cambridge University Press. – 2019. - URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/> (дата обращения: 16.11.2018).

57. Collins English Dictionary / Collins. – 2014. – URL: <https://www.collinsdictionary.com> (дата обращения: 01.11.2018).

58. Online Etymology Dictionary. - Douglas Harper. – 2001-2019. - URL: [https://www.etymonline.com/word/management#etymonline\\_v\\_6770](https://www.etymonline.com/word/management#etymonline_v_6770) (дата обращения: 16.10.2018).

59. Stale US boardrooms laid bare / Financial Times. – August 15, 2016. - URL: <https://www.ft.com/search?sort=relevance&q=management+organism> (дата обращения: 25.11.2018).

60. Webster's New World College Dictionary. - 4th Edition. – 2010. -  
URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/management> (дата  
обращения: 01.12.2018).