Риторика сегодня уже мало кем из практиков и теоретиков риторических технологий оценивается как «украшательство» речи. Человек, искушенный в тонкостях риторической технологии, – это прежде всего высокий профессионал, коммуникативный лидер, в совершенстве владеющий речью, речь для него – гарант успеха.

Становление коммуникативного лидера: лингвопрагматический аспект



Татьяна ЧЕРКАШИНА
– кандидат философских наук,
доцент кафедры культурологии
и менеджмента в культуре Государственного
университета управления г. Москвы

Управлять людьми – значит, влиять словом. Сегодня этот тезис ни у кого не вызывает возражений. Современный менеджмент, как свидетельствует мировая практика, – это очеловеченная система управления. Когда говорят «менеджмент», то имеют в виду и людей – носителей профессионального и личностного опыта работы в системе «человек-человек». Классический Оксфордский словарь английского языка толкует слово «менеджмент» как способ, манеру общения с людьми; власть и искусство управления; особого рода умелость и т.д. Основное лексическое значение слова лидер – «тот, кто идет первым». «Новейший философский словарь» расширяет это значение – «лидерство выступает как один из базовых механизмов дифференциации социальной деятельности и предполагает достижение особого (лидирующего) положения определенным лицом... или определенной частью группы... по отношению к остальным членам группы (класса)» [1]. Из сказанного можно сделать вывод: управление сосредоточено на работе с людьми и предполагает, согласно требованиям времени и устойчивым тенденциям развития современного менеджмента, гуманистический подход к выработке адекватных социокультурным условиям технологий делового взаимодействия.

Успешный менеджер всегда ли-

дер, но кого можно назвать лидером в системе управления? Если следовать определению, данному в философском словаре, можно сказать, что менеджер-лидер стремится самореализоваться, «выделиться» из группы себе подобных, занять достойную нишу на рынке труда. При этом важно понимать, что полноценно реализоваться специалист, для которого умение говорить является центральным элементом имиджа, может только в речи, потому что это предмет и продукт управленческого труда. Так что ответ на вопрос, чему в первую очередь нужно учить менеджера, напрашивается сам собой: студента-экономиста нужно учить риторической технологии управления.

Востребованность коммуникативной подготовки в контексте реализации приоритетных национальных проектов очевидна, она обусловлена прежде всего осознанием значимости речевой составляющей в формировании личности, способной и нацеленной на самореализацию и самовыражение. Как известно, в Государственных образовательных стандартах высшего профессионального образования (ГОС ВПО) с 2000 г. введен курс «Русский язык и культура речи», однако указанная дисциплина лишь в какой-то мере ориентирована на приобщение студента к коммуникативной культуре, но, к сожалению, не благодаря, а вопреки стандартному содержанию курса, в котором есть только слабый намек на риторизацию. Изучение культуры речи призвано выработать ортологическую правильность речи, однако «Культура речи» не учит технологии говорения, технологии создания текста, правилам вербального и невербального общения, а также технологии эффективного речевого поведения. То же можно сказать о заявленном в программе подготовки специалиста-менеджера курсе риторики. Не секрет, что в основном студентам предлагается познакомиться с историей риторики, а это далеко не то же самое, что практическая риторика. «Лежащий на поверхности» социальный заказ общества быстро уловили и стали «успешно» выполнять появившиеся на действующем образовательном поле новые игроки. Их активность на пути создания альтернативной системы подготовки и переподготовки кадров в принципе легко объяснима: система управления, госслужба, бизнес нуждаются в новых кадрах, рыночной экономике требуются менеджеры, способные решать абсолютно новые, выходящие на иной уровень управленческие задачи. Кардинальным образом изменилась коммуникативная парадигма в целом: возросла роль устной речи, значительно увеличился ее удельный вес в общении, так что поиск инновационных технологий в современном образовательном дискурсе - это не дань моде, это действительно ответ на требования времени.

К сожалению, несоответствие между существующей системой высшего профессионального образования и реальной практикой преподавания, обусловленное разрывом между фундаментальностью знаний и прагматическими потребностями студентов, привело к «расцвету» всевозможных коммерческих бизнес-школ, краткосрочных курсов бизнес-риторики, тренинговых центров, которые к

новации в образовательном дискурсе имеют отношение лишь в той степени, в какой предприниматели от «науки» сумели вовремя увидеть существующую брешь в системе профессиональной переподготовки кадров и поспешили заполнить ее не всегда качественным предложением на рынке образовательных услуг. Интернет буквально «завален» сайтами (500 сайтов или 2597 страниц) с предложениями научить красноречию быстро, но дорого: средняя стоимость обучения в двухдневном тренинге составляет 12 000 руб. с человека. Группа из 12-15 учащихся платит тренеру, часто не имеющему не только высшего филологического образования, но и высшего образования вообще, 114-180 тыс. руб. и при этом верит, что произойдет чудо и через два дня, «поиграв» под руководством тренера и повысив его материальное благополучие, овладеет профессиональными коммуникативными навыками. Масштабы распространенности тренинговых центров красноречиво свидетельствуют о потребности управленческих кадров, недоученных в свое время в высших учебных заведениях, в получении умений и навыков, определяющих их речевую подготовку. Все сказанное, конечно, новацией не назовешь. Это скорее своеобразный «чес» на рынке образовательных услуг [2].

Инновационные поиски российского образования выражаются, в частности, в призывах отказаться от такой системы презентации учебной информации и взаимодействия субъектов образовательного процесса, которая детерминирует одностороннюю монологичность и, как следствие, — пассивность учащегося. К чему это может привести, известно: студенты, окончившие вуз с красным дипломом, зачастую не способны справляться с поставленными задачами в ситуации неопределенности.

Современный образовательный дискурс, как нам представляется, должен учитывать лингвопрагматическую модель обучения, или древний как мир диалогический метод Сократа. Собственно, именно этот метод можно по праву считать первой методологией развивающего обучения, которую высшей школе предстоит реанимировать и освоить. Именно Сократ обладал способностью благодаря мастерству диалога привести других к истине. Так что лозунг «Вперед, к Сократу!» вполне правомерен для современного образовательного дискурса, имея в виду необходимость не просто дать студенту определенный набор знаний, умений и навыков, но и способствовать развитию лидерских качеств специалиста-управленца.

Если исходить из понимания риторики как одного из направлений лингвистического знания, в центре внимания которого средства и способы оптимизации общения с учетом лингвистических и экстралингвистических факторов, можно без труда определить цель риторизации дисциплины «Русский язык и культура речи»: привить навыки анализа устного и письменного текстов, научить определять структуру текста, выделять задачу и сверхзадачу (что хотел сказать автор и что сказал ненамеренно), находить тезис и аргументы, дифференцировать их по степени значимости, влиятельнос-

ти, авторитетности, видеть нравственную позицию автора и т.п. Это во-первых. Во-вторых, нужно помочь в данном случае студенту-экономисту научиться создавать непротиворечивый, влиятельный текст разных жанров в соответствии с потребностями практического менеджмента, например речь-представление, речь-консультация, речь-мнение, речь на презентации, поздравительная речь, речь-возражение и т.д. В-третьих, будущий специалист в области управления должен получить представление о риторической ситуации как конкретной ситуации потенциального (предполагаемого) или реального взаимодействия (общения) автора и аудитории на заявленную автором или согласованную с участниками тему. Помимо словесных сигналов человек, получивший право на речь и осознавший, что он способен влиять и не может не влиять на аудиторию, всем языком своего тела (экстралингвистический фактор риторической технологии) «сигналит» ей о себе. В связи с этим важно также выработать у студентов навыки самопрезентации, потому что ни у кого не бывает второго шанса произвести первое впечатление, из которого, собственно, и складывается имидж лидера.

Нельзя стать лидером в области менеджмента по приказу. Если у человека не сформированы навыки и умения рационального речевого поведения, что особенно актуально в пространстве современного управленческого дискурса, он вряд ли станет лидером демократического типа. Наличие развитых речевых умений у менеджеров разного уровня поможет осуществлению эффективного профессионального общения на основе диалога концепций, взглядов, убеждений и неизбежно приведет к перестройке коммуникативных технологий от воздействия к взаимодействию, от авторитарного декларирования своей позиции к пониманию множественности идей и равноправности субъектов деятельности, от непонимания к взаимопониманию, от монолога к диалогу. В связи с потребностью вести конструктивный диалог менеджер как коммуникативный лидер обязан выбирать оптимальные способы преподнесения созданного им текста с учетом запросов и возможностей аудитории. Одним словом, в процессе создания риторического, т.е. влиятельного текста, нельзя не учитывать отношения субъектов общения. Рассмотрим схему, предложенную С.А. Минеевой, в которой наглядно представлены возможные сценарии развития взаимоотношений инициатора общения (автора текста) и аудитории [3]:



Как видно из схемы, могут быть три типа отношений автора и аудитории: 1) ↔ противостояние; 2) → воздействие, передача информации, автор – субъект, но аудитория – объект (авторитарный монолог; 3) ⇄ обе стороны – равноправные субъекты (конструктивный диалог). Относительно чего отношения инициатора общения (автора) и аудитории равноправны? Прежде всего относительно содержания предъявленной информации. Конечно, инициатором общения выступает автор текста, но, претендуя на лидирующую роль, он все же планирует свое влияние на аудиторию, и если он неукоснительно следует важному правилу риторики – «говори не ему, а с ним», то не только соблюдает один из эффективных приемов адресации, но видит в адресате равноправного партнера по речевой деятельности. Речь – это совместный труд по созданию нового знания как минимум двух индивидуумов, потому что нельзя считать речью текст, созданный по абстрактному поводу для несуществующей аудитории. В процессе реального общения, основанного на принципах равноправного диалога, аудитория тем не менее «расслаивается», в ней реально могут выделиться разные группы: откровенные «бузотеры», «грымзы», «ворчуны», «глухари», «стеклянная вата», «глухая стена» [3] и т.д. В диалог с автором осознанно вступает лишь та часть слушателей, которая способна и желает активно откликнуться на тезис автора. Аудитория влияет на автора своим поведением и отношением, что отражено схематично стрелками ⇄. Адресат-лидер, осмысливая содержание сказанного, либо разделяет, дополняет точку зрения автора, либо выражает сомнение, непонимание, неприятие, но все это на уровне диалогических отношений, о чем на схеме свидетельствуют объемные стрелки-фигуры.

Еще раз подчеркнем, что речевая деятельность – это прежде всего деятельность текстовая, так как именно текст объединяет все элементы языка. Как всякое взаимодействие, речевое взаимодействие рефлексивно. Научить студентов грамотно оценивать успех и неуспех речи – еще одна немаловажная задача подготовки менеджера в качестве коммуникативного лидера.

Итак, обязательным признаком становления менеджера в качестве коммуникативного лидера является его ориентация на диалоговый стиль общения: в диалоге всегда присутствуют, как минимум, два мнения и инициатор, организатор диалога. Координатор взаимодействия может стать речевым лидером, если он сумеет создать непротиворечивый, влиятельный текст, сможет убедить в правоте своей точки зрения, воодушевит своей идеей аудиторию и убедит ее в том, что эта идея заслуживает внимания и должна быть реализована. Лидер должен владеть навыками речевого воздействия на аудиторию, т.е. ему необходимо научиться говорить так, чтобы сказать все, что задумал, как надо, а не так, как получилось. Как правило, лидер опирается на традицию, на имеющийся опыт, он ориентирован на получение стабильных результатов своей деятельности и при этом осознает, что управленческий дискурс при всей разности индиви-

дуальных потенциалов, личностно-профессиональных установок всех его участников не должен напоминать поле битвы. Обеспечить диалог, т.е. найти способы равноправного и заинтересованного взаимодействия и способствовать развитию «субъектности по отношению к собственной деятельности» [3] – вот задача менеджера как коммуникативного лидера.

Умению говорить, или ораторскому искусству, обучали еще в античности. Оно предполагает умение точно формулировать свои мысли, излагать их доступным для собеседника языком, ориентироваться в общении на партнера по общению. У греков «небывалый культ слова» возник еще в VI-V вв. до н.э. Этот «культ» способствовал тому, что на его основе выросла богатейшая культура слова, которая служила целям воспитания всесторонне развитой, общественно активной и гуманистически ориентированной личности. Общепризнано, что говорит не человек, говорит личность. Человек не может быть красноречив вообще, как невозможно научиться хорошо говорить «по случаю». Опыт XX столетия показал, что «эффективное движение вперед испытали те страны, которые занимались риторическим просвещением» [4], замечает председатель Российской ассоциации исследователей преподавателей и учителей риторики В.И. Аннушкин. С этим утверждением невозможно не согласиться: слово, как известно, есть дело, и если менеджер не умеет убедительно выстроить свое речевое поведение – значит, он плохо выполняет свои профессиональные обязанности. Взятый современной высшей школой курс на гуманизацию и гуманитаризацию образования, безусловно, предполагает высокую коммуникативную компетентность: знать что-либо и передать с помощью слова свое знание другим – не одно и то же, поэтому, усиливая лингвопрагматическую составляющую профессиональной подготовки менеджера, мы тем самым развиваем общие интеллектуальные способности человека, формируя в нем задатки лидера.

Литература

1. Новейший философский словарь: 2-е изд., перераб. и дополн. Мн., 2001.
2. *Черкашина Т.Т.* Современный образовательный дискурс: новация или деформация? // Материалы международного форума русистов «Русский язык и русская культура. Разнообразие теорий и практик». Washington, D.C. 20036, October2007,(ISSN#0036-0252), www. actrorg and www. amerikan-counils. org, rtj@aktr.org.
3. *Минеева С.А.* Проблемы и трудности риторизации // Риторика диалога в становлении научно-гуманистической системы образования: проблемы исследования и преподавания. Материалы XI научно-практической конференции. 10-11 ноября 2002 года. / Под ред. С.А. Минеевой. Пермь, 2002.
4. *Аннушкин В.А.* Современное риторическое образование: российские научные школы и практика преподавания // Роль риторики и культуры речи в реализации приоритетных национальных проектов: Материалы докладов участников XII Международной научной конференции по риторике (Москва, 29-31 января 2008 г.) / Под ред. М.Р. Савовой, Ю.В. Щербининой. М., 2008.