

КОГНИТИВНЫЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ ТЕРМИНОЛОГИИ

(НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕРМИНОВ СОЦИАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА)

Извольская И.В.
к.ф.н., доцент, ГУ - ВШЭ

Современная мировая тенденция науки и практики управления (менеджмента) ориентирована на человека как главного источника экономической эффективности.

Историческое развитие любой науки и такой ее отрасли, как менеджмент, совершается путем развития и последовательной замены концептуальных парадигм. Универсальным средством их выражения является терминология.

Исследование терминологий, служащих в национальных языках средствами выражения концептуальных парадигм, проводимое в диахроническом плане, позволяет моделировать развитие вероятных концептуальных парадигм, так как все их изменения должны находить формальное выражение в количественных и структурных преобразованиях.[2 : 16]. При этом особое внимание в отечественном терминоведении уделяется вопросам диахронического исследования тенденций развития формирующихся в настоящее время терминологий, с целью установления времени их зарождения, выявления особенностей их развития и факторов, влияющих на их развитие. В этой связи возникает интерес к выявлению терминологической лексики как к средству выражения, хранения и передачи специальной информации, а также к изучению механизмов образования терминов, репрезентирующих понятия и категории соответствующих концепций.

В условиях развития в России рыночной экономики при переходе к новым управленческим технологиям особого внимания заслуживает изучение англоязычной терминологии, обслуживающей такую сферу деятельности, как менеджмент.

Формирование англоязычной управленческой терминологии обусловлено особенностями исторического развития и практики менеджмента в США.

Теоретическим основанием для анализа проблем образования и функционирования англоязычной терминологии менеджмента как фрагмента знания послужили положения и принципы когнитивной лингвистики – научного направления, в рамках которого язык рассматривается как один из видов когнитивной деятельности человека.

Возникновение во второй половине XX века нового научного направления —

когнитивной науки, связанной с исследованием знаний, путей их получения, мышлением, психикой и разумом человека, со всей его познавательной деятельностью, способствовало развитию раздела когнитивной лингвистики. Опираясь на основные положения и механизмы когнитивной лингвистики, лингвисты стали применять когнитивный подход для исследования многих языковедческих проблем, в том числе связанных с процессами терминообразования и формирования терминологий и терминосистем как специфически организованных структур накопления, передачи и хранения знаний человека, определенного фрагмента картины мира.

В рамках когнитивной лингвистики язык рассматривается как один из видов когнитивной деятельности человека, как система знаков, участвующая в репрезентации и трансформировании информации (знаний) и как средство коммуникации.

Внимание когнитивных лингвистов направлено на изучение не только поверхностных структур языка, а на исследование структуры знания в качестве источника информации, на познание определенного фрагмента картины мира, психики и работы мозга человека и его действий.

При анализе любой языковедческой проблемы с позиций когнитивной лингвистики важно учитывать одно из главных положений когнитивной психологии — *восприятие*, т.е. присущую человеку способность *выделять* благодаря своим органам чувств признаки, качества, стороны разных объектов и процессов и *формировать* их целостный образ и сенсорные данные воспринимаемой им информации как множество разных материальных сигналов и стимулов. При восприятии задействована такая когнитивная способность человека, проявляющаяся при обработке информации, как *внимание*, то есть концентрация восприятия или «интеллектуальной деятельности на отдельной черте концептуального процесса ... или отдельной структуре сознания, отдельном концепте или «остановка» в процессе обработки информации на одном из ее объектов путем фокусировки всех когнитивных усилий для выделения, опознания, описания и классификации» [5 : 115-116].

Эта когнитивная способность человека связана с другой способностью — *выдвижением*— когнитивной процедурой выбора наиболее адекватного и релевантного в данном контексте «кванта» информации, на котором сфокусировано особое внимание, определяющее видение, точку зрения, ракурс, фокус внимания, и следовательно, степень детализации рассмотрения объекта исследования.

С точки зрения когнитивной лингвистики указанные выше когнитивные

способности человека задействованы в познавательной деятельности человека и связаны с мышлением, с осмыслением поступающей к нему информации, с образованием концептов, концептуальных структур и ментальных репрезентаций в мозгу (психике) человека.

Вопрос о значении языкового знака «должен быть сформулирован как вопрос о том, какое концептуальное или когнитивное образование подведено под “крышу” знака, какой “квант” информации выделен “телом” знака из общего потока сведений о мире».[4 : 103].

Вопрос о том, на основании чего обычно человек классифицирует вещи и как он сводит бесконечное разнообразие своих ощущений и объективное многообразие форм материи и форм ее движения в определенные рубрики, т.е. классифицирует их и подводит под такие объединения, как классы, таксономии и категории, имеет непосредственное отношение и к вопросу формирования терминологии и связан с процессом категоризации.

С позиций когнитивной науки *категоризация* рассматривается как одно из ключевых понятий в описании познавательной деятельности человека, связанное с когнитивными способностями человека, с его восприятием, с совершаемыми в процессе мышления операциями — сравнением, отождествлением, установлением сходства и др.

В когнитивной лингвистике проблема образования категории как формы мышления рассматривается в теории прототипов. Согласно прототипического подхода, слово является именовани^{ем} вещи не абсолютно, а лишь до некоторой степени. Люди формируют конкретный или абстрактный мысленный образ предметов, принадлежащих некоторой категории, который вбирает в себя наибольшее количество типичных черт, характеризующих форму, функции и параметры, свойственные этому предмету. Этот образ — он называется прототипом - член множества категорий, находится ближе всего к образцу и оценивается как лучший экземпляр.

При этом развитие процесса категоризации и подключения новых ее членов к лучшему образцу происходит не благодаря буквальному повторению характеристик, свойственных остальным, а благодаря повторению их типичных характеристик. Прототипы ментальны и отражают организацию мыслительного процесса человека. Вербальное выражение концептуальных категориальных репрезентаций предмета формируется структурными элементами языка разной семантики.

Теория прототипов используется в исследованиях как «дополнительный инструмент» для толкования слов, обозначающих размытые, «нечеткие» понятия естественного человеческого языка.[5 : 42]

Хронологически поэтапное исследование с позиций когнитивной лингвистики «картины мира» - сферы производственной деятельности участников управленческого процесса, их исторически обусловленных философских, мировоззренческих и культурологических взглядов – дает представление о концептуальных системах менеджмента, наиболее важные концепты которых репрезентированы в языке (терминах).

Информация, полученная в результате изучения фрагмента знания об управленческой деятельности человека и рассматриваемая с позиций когнитивной лингвистики, есть отражение системы представлений человека об этом знании, которые конструируют концептуальную структуру – ментальную организацию, где сосредоточена совокупность концептов, их упорядоченное объединение[5 : 94].

Особое внимание терминологов привлекает анализ терминов, в семантической структуре которых актуализируется так называемый «человеческий фактор» (human factor). Термин является той языковой единицей, которая в процессе научной коммуникации служит для передачи не только информации об объективном «внешнем» для человека мире, но и информации субъективного (эмоционально-оценочного) характера.

Наиболее релевантными для выявления этой особенности англоязычных терминов представляется концептуально-терминологический аппарат концепций менеджмента гуманистической направленности, концепций, изменивших ранее господствовавшие представления о работнике как «придатке к машине» (the part of the machine).

Середина 30-х гг. XX в. считается моментом зарождения таких концепций, как концепция «Школы бихейвористских наук» (Behavioral science school) и «Школы человеческих отношений» (Human relations school).

Основное содержание этих концепций заключается в том, что жесткая иерархия, подчиненность, формализация организационных процессов, невнимание к человеку труда и т. п. несовместимы с природой человека.

В системе социальных отношений центральное место занимает человек труда, «человеческий фактор», что означает человеческое отношение управляющего субъекта к включенному в управляющую систему конкретному человеку как личности, в которой учтены его чувства, внутренний мир, характер, менталитет, интеллект, цели, мотивы, потребности, ожидания и интересы.

Приоритетная задача менеджмента для достижения эффективности производства – это создание для работника оптимальных условий для удовлетворения всех групп его

потребностей и , в особенности, потребности высшего порядка – самореализации.

Обеспечение таких концепций менеджмента терминологией предполагает языковое творчество. Г. В. Винокур писал, что «термины не появляются, а придумываются, творятся по мере осознания их необходимости»[1 : 24]. Это языковое творчество происходит в человеческом обществе в конкретно-исторических условиях в процессе сотрудничества людей, т. е. в процессе социальном, который предполагает духовные, ценностные взаимоотношения управляющего субъекта к управляемому. Поэтому термины являются уникальными языковыми образованиями. В их семантической структуре в результате языковой деятельности человека репрезентированы самые важные концепты, соотносимые с гуманными принципами рассматриваемых концепций менеджмента.

В процессе терминотворчества «человеческий фактор» проявляется в отношении номинатора (отдельных личностей – специалистов в области научного и практического менеджмента) к обозначаемому. Это отношение обусловлено целью номинатора, мотивом, оценкой состояния дел в области управления, чувством его приверженности социуму, идеологию которого он разделяет, и его языковой компетенцией – выбора и комбинирования языковых средств, с целью реализации прагматической функции термина.

Вопрос актуализации «человеческого фактора» в языке связан с рассмотрением коннотативного аспекта семантической структуры термина с содержанием эмотивно-оценочного компонента, с причинами, условиями, средствами и способами его создания. При рассмотрении коннотации в центре внимания находится проблема оценочной деятельности человека, которая влечет за собой положительную или отрицательную позицию оценивающего по отношению к оцениваемому. Оценочный аспект семантики термина связан с эмоциональным отношением человеческого сознания к отражаемому (объекту, субъекту, отношению, действию и т. п.) ибо, как указывал М.С.Каган «оценка есть результат совокупного действия и чувства, а не только рассуждающего интеллекта... Поэтому в основании оценки всегда лежит и понимание значения данного явления и эмоциональная реакция человека на это явление»[3 : 84]. Эмоционально-оценочный компонент и составляет устойчивый признак, воплощенный в семантике термина. Оценочность же базируется на ценностях. В проекции на управленческие термины основанием оценочной, аксиологической, функции в социальных отношениях являются духовные, человеческие ценности, обусловленные

практической деятельностью человека.

Коннотативный компонент соотносим с концептом (признаком) концептуального основания и представлен в семантической структуре термина, воспроизводится вместе с ним в процессе употребления термина и тем самым несет информацию о социальных отношениях – глубинных основах философии рассматриваемых концепций. Коннотативный признак эксплицируется или имплицитно присутствует в семантической структуре термина. С точки зрения своей локализации он может быть представлен в номинативной части термина и (или) в его дефиниции. Термин и его дефиниция образуют такую самодостаточную смысловую структуру, которая позволяет ей быть стабильным элементом познания на определенном этапе развития науки. Анализ коннотативно окрашенной семантики термина показывает, что коннотативный признак обнаруживает себя в ее прагматической информации, получая закрепление в именах существительных, синтаксических сочетаниях, в том числе метафорических, и производных словах. Обращаясь к прагматической интенции номинатора можно отметить термины, репрезентирующие самые важные концепты. Это прежде всего термины с терминопредметом human: human interaction, human needs, human relations, human report etc.

Слово human (от лат. humanus) вошло в английский язык в результате семантической и формальной ассимиляции со значением «человеческий, человеческий, человеколюбивый, гуманный». Введенный в научный обиход в 20-е гг. XX в. Э. Мэйо для обозначения основополагающего понятия концепции менеджмента Human relations слово human стало терминопредметом, обозначающим признак.

С позиций когнитивной лингвистики human (гуманный) отражает концепт, вокруг которого формируется прототипическая категория – совокупность мысленно-чувственных представлений о признаке, лежащим в основе отношений и действий конкретного человека, включенного в систему управления.

Продуктивным терминопредметом является также self- , (определяющий направление активности субъекта на собственное Я), в целях умственного построения человека самим человеком, самоизменение, реализацию себя как личности и как работника одновременно. Ср.: self-esteem, self-discipline, self-setting of goals, self-actualization, self-knowledge, self-image, self-culture, self-test etc.

Можно полагать, что продуктивность терминопредмета self- связана и с концепцией «игрек» Д. Мак-Грегора. Согласно его идее задача менеджмента заключается не только в

создании благоприятных условий для соответствующего отношения работников к труду, но и, при возможности, в осуществлении работниками самоуправления (self-management), самоконтроля (self-control), самооценки (self-appraisal) и др.[6 : 28].

Базовые термины и термины, репрезентирующие концепты рассматриваемых концепций легли в основу терминологии, обслуживающей менеджмент.

В середине 80-х гг. сформировалась инновационная концепция менеджмента - «Управление человеческими ресурсами» (УЧР - Human resource management), базировавшаяся на концепции «Школы человеческих отношений». Новая концепция провозгласила основной принцип своей философии – главной ценностью (value), обеспечивающей успех организационной деятельности, является человек, его ценности и ожидания (employee values and expectations). На первом этапе своей деятельности для организации наиболее ценными становятся такие качества человека, как способности, нужные для работы, общий уровень интеллекта, умения, навыки и знания, трудовой опыт, квалификация, культура поведения, черты характера и др. Эти качества стали критериями для обеспечения организации человеческими ресурсами путем отборочных тестов.

Ценностями и ожиданиями, значимыми для работника становятся уважение, справедливость, постоянная хорошо оплачиваемая работа, обучение, повышение квалификации, карьерный рост и т. п. Эти ценности поддерживались и признавались политикой организации, при условии, что работник на рабочем месте проявляет усилия (efforts), приверженность (commitment), лояльность (loyalty), вносит свой вклад (contribution), в повышении эффективности производства. Основные концепты репрезентированы следующими терминами: equality of opportunities, prohibition of racial, sexual, age and job discrimination, health and safety at work, working conditions/environment, work/job design, job enlargement/enrichment, delegation of authorities, employee involvement and participation, equitable payment, intrinsic/extrinsic reward, procedural justice etc.

Эти и многие другие организационные ценности позволяют привлекать и удерживать работников.

В семантической структуре перечисленных терминов эксплицитно или имплицитно присутствует аксиологический ценностный (гуманный) признак, соотносимый с концептами концептуальной системы УЧР, как и в терминах ранее рассмотренных концепций.

В 80-х гг. управленческая терминология обогащается терминами сформированной в рамках УЧР концепции организационной (корпоративной) культуры, основанием

которых являются разделяемые большинством членов организации нормы, правила и мотивы, реализуемые и закрепляемые через традиции, ритуалы, моральный, этический кодекс и кодекс поведения.

В семантической структуре терминов, а в дефинициях эксплицитно также присутствует аксиологический гуманный компонент. Например: trust, credibility, code of ethics, commitment, social responsibility, etc.

В рамках концепции корпоративной культуры приоритетной целью развития организации стало создание концепции «обучающаяся организация» (learning organization), основные концепты которой отражены в терминах personal learning, continuous learning, organizational learning, mentoring, coaching, employee training и др.

Концептуальной опорой этих терминов являются такие человеческие ценности, как способности, интеллект, талант, креативность, опыт и знания.

С конца 80-х гг. в эпоху постиндустриализма и глобализации формируется новая концепция - «экономика, основанная на знаниях» или «экономика знаний» (economy based on knowledge or knowledge economy).

В фокусе внимания новой концепции главными становятся не отношения между людьми в процессе трудовой деятельности, а производство и потребление знаний, вопросы использования экономических свойств знаний. Концептуальными признаками терминов, обслуживающих новую концепцию, являются такие ценности человека, как талант, высокий уровень интеллекта, творческий потенциал, мораль, профессионализм, культура отношений между людьми и, особенно, знания. Знания человека становятся главным производственным фактором, обеспечивающим эффективность экономики, что находит отражение в семантической структуре соответствующих терминов: production of knowledge, knowledge sharing, distribution of knowledge, accumulation of knowledge, knowledge creation, transfer of knowledge, knowledge worker, knowledge culture, use of knowledge, corporate memory, tacit knowledge, explicit knowledge.

Изменения происходят в науке управления. Появляются термины, отражающие своим содержанием главные концепты отношения между людьми, однако, в центре внимания находится экономическая оценка знаний, ибо ценности человека провозглашаются наиболее ценностными активами компании (most valuable assets). Главные понятия новой концепции описываются в экономических терминах. Например: human capital, intellectual capital, social capital, organizational capital, customer or relationship capital, organizational capital и др.

В семантической структуре этих терминов присутствует аксиологический компонент, но не «ценностный», а «стоимостный». Ср.: value -1.ценность – в этическом смысле; 2.стоимость – в экономическом смысле.

Измерителем экономического капитала является денежная оценка накопленных активов и приносящих прибыль(profit), добавленную стоимость(added value) и конкурентное преимущество(competitive advantage).

Семантическая структура терминологии отражает изменения, возникшие в XXв. в области менеджмента. В фокусе внимания концепции «управление знаниями» лежит направленность на человека, на его ценности (талант, креативность и т.п.) и преобразование их в рыночный продукт.

Литература:

1. Винокур Г.О. О некоторых явлениях словообразования в русской технической терминологии. // Труды МИФЛИ. Сборник статей по языкознанию. М., 1939. Т.5.
2. Гринев-Гриневиц С.В., Сорокина Э.А., Скопюк Т.Г. Основы антропологистики (к лексическим основаниям эволюции мышления человека). Учебное пособие. М., 2005.
- 3.Каган М.С. Познание и оценка в искусстве // Проблема ценности в философии. Л., 1966.
4. Кубрякова Е.С. Прагматика и когнитивная лингвистика // Прагматические аспекты функционирования языковых единиц. М., 1991.
5. Кубрякова Е.С., Демьянков В.З. Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов / Под общей ред. Е.С. Кубряковой. М., 1996.
6. D. McGregor The Human Side of Enterprise, New-York, McGraw-Hill, 1960.

