

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА: ВЗГЛЯД ЛИНГВИСТА

Ахраменко К. В., г. Челябинск

Традиционно изучением феномена «корпоративная культура» занимаются философы, социологи, экономисты, политологи, психологи и культурологи. Представители указанных социально-гуманитарных направлений исследуют различные аспекты данного феномена, чаще всего изучается совокупность факторов, влияющих на эффективность организации в социально-экономическом пространстве региона, страны или на международном уровне.

В последнее время корпоративная культура стала объектом исследования и лингвистов. В трудах Е. В. Харченко указанный феномен предлагается рассматривать в двух аспектах: «под корпоративной культурой мы понимаем как профессиональную культуру (культура, формируемая специалистами какой-либо области деятельности в течение длительного времени, передающаяся вместе со специфическими знаниями), так и организационную культуру (культура, формирующаяся внутри конкретного предприятия, выделяющая его из числа других)». [4, с. 24]

В центре внимания лингвистов находится язык и речь профессионалов, коммуникация внутри организации. Изучение терминов, жаргона и фольклора, бытующих в среде профессионалов, проводится в рамках когнитивной лингвистики, лингвокультурологии и психолингвистики (Е. И. Голованова, А. А. Елистратов, О. А. Захарчук, Е. Н. Квашнина, Т. В. Любчанская, Е. В. Харченко, Л. А. Шкатова и др.). Возникновение нового направления – организационной лингвистики – было продиктовано необходимостью объединить достижения различных лингвистических дисциплин, стать «площадкой» для дальнейших исследований в указанном русле. Объектом организационной лингвистики является языковая среда организации, предметом – дискурс организации. [5, с. 92]

Существует целый ряд методов анализа лингвистических аспектов корпоративной (организационной и профессиональной) культуры. Мы считаем, что одним из наиболее эффективных подходов является инструментарий, разработанный в рамках психолингвистики. Изучение влияния корпоративной культуры на

сознание индивидов и вербализации этого на языковом уровне успешно проводится на материале ассоциативных экспериментов (АЭ). Ассоциативный эксперимент в различных формах (свободный АЭ, метод незаконченных предложений) доказал свою эффективность при исследовании корпоративной культуры как профессионалов отдельных областей человеческой деятельности (врачей, учителей, продавцов, инженеров (Е. В. Харченко), инженеров, врачей, юристов (Е. В. Вилисова), госслужащих (Е. В. Чернец), преподавателей вузов (Л. П. Иноземцева), так и организации в целом (корпоративная культура вуза – А. А. Селютин, О. В. Соболева, О. В. Шефер).

Наши исследования показали, что влияние корпоративной культуры на сознание индивидов необходимо изучать в динамике [2]. Проведение ассоциативного эксперимента в 2011–2013 годах на базе военного вуза города Челябинска позволило выявить качественные и количественные изменения образов языкового сознания курсантов разных этапов профессионального обучения. Мы предполагаем, что курсанты младших и старших курсов испытали различное по степени влияние корпоративной культуры военных. Образы языкового сознания курсантов старших курсов имеют существенное расхождение с образами курсантов первого курса. При анализе полученного материала мы также выявили две формы существования корпоративной культуры: формальная и неформальная. В ассоциативных полях были обнаружены термины, которые мы рассматриваем как «следы» официальных военных документов (например, Общевоинских уставов ВС РФ) в сознании курсантов [3], а также военные жаргонизмы как отражение неформальной стороны корпоративной культуры военных [1].

В заключение необходимо подчеркнуть, что исследование корпоративной культуры в ее языковом проявлении позволяет выявить «точки напряжения», коммуникативные барьеры в общении представителей различных корпоративных культур. Выявление и анализ образов языкового сознания носителей одной или разных корпоративных культур даст возможность выработать рекомендации по успешному взаимодействию и эффективной коммуникации внутри и за пределами организации.

Литература

1. Ахраменко, К. В. Военный жаргон сквозь призму корпоративной культуры военных / К. В. Ахраменко // В мире научных открытий. Красноярск: Научно-инновационный центр. – 2011. – №11. – С. 1561-1571.
2. Ахраменко, К. В. Динамика языкового сознания курсантов (по данным ассоциативного эксперимента) / К. В. Ахраменко // Лингвистика в контексте культуры: материалы V Международной научно-практической конференции (Челябинск, 28-30 ноября 2012 г.) – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2012. – С. 16–19.
3. Ахраменко, К. В. Специфика корпоративной культуры военных (по данным ассоциативного эксперимента) / К. В. Ахраменко // Теория и практика языковой коммуникации: материалы IV Международной научно-методической конференции (20 июня 2012 г.) – Уфа: УГАТУ, 2012. – С. 33–37.
4. Харченко, Е. В. Модели речевого поведения в профессиональном общении / Е. В. Харченко – Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2003.
5. Харченко, Е. В. «Организационная лингвистика»: миф или реальность? / Е. В. Харченко, Л. А. Шкатова // Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Филология. Искусствоведение. – 2009. – №17 (155). – С. 90–94.