

К ВОПРОСУ ОБ ОБУЧЕНИИ БУДУЩИХ ЭКОНОМИСТОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В.А.ГОЛУБЕВА, Н.А.ЖУКОВА, И.В.ЦВЕТКОВА

Федеральное бюджетное государственное образовательное учреждение
высшего образования «Тверской государственный университет», г. Тверь
ФГБОУ ВО «Тверской государственный технический университет», г. Тверь

Аннотация. Статья посвящена менеджерам двадцатого столетия. Какими они были в прошлом веке: заслуживающими доверия, отзывчивыми, дружелюбными или же жестокими, неэффективными? Три основополагающие фактора принимаются во внимание: инновации, которые они внесли в компанию, их стиль руководства и что стало с компанией после их ухода из компании

Ключевые слова: CEO, инновации, авторитарный стиль руководства, демократичный, харизматичный

THE ISSUE OF FUTURE ECONOMISTS TRAINING OF PROFESSIONAL COMMUNICATION IN ENGLISH

V.F.GOLUBEVA, N.A.ZHUKOVA, I.V.TSVETKOVA

Summary. The article is devoted to manager of the 20-th century. What kind of manager were they: trustworthy, helpful, friendly, cruel, ineffectual? Three factors are taken into account: their innovation, that they brought into the company, their style of management, what happened with the company after they had left it

Key words: CEO, Innovation, authoritarian style of management, democratical, charismatic

Составной частью коммуникативной компетенции участника иноязычного профессионального общения является его предметная компетенция. Поэтому при определении базового предметного компонента содержания обучения иностранным языкам в вузе нужно учитывать коммуникативные потребности учащихся. Так, среди тем учебно-профессиональной сферы общения, которые изучают бакалавры и магистры экономического факультета ТвГУ на занятиях по английскому языку, есть темы, связанные с функциями топ - менеджеров, их ролью в развитии компании. По нашему мнению, содержательным наполнением указанных тем может стать информация об изменении стиля руководства и типах руководителей американских компаний в течение столетия. В данной статье приведены конкретные факты из истории американского предпринимательства. Материал, предложенный в публикации, может быть использован при разработке обучающей модели, направленной на формирование у будущих экономистов навыков и умений, необходимых в ситуациях профессионального общения.

Как известно, человек, который определяет стиль руководства компании, добивается её роста, является её публичным лицом и оставляет после себя определенное наследие – это президент компании. Но все меняется, меняется структура компаний и её СЕО. Согласно теории Дугласа МакГрегора [2, 38-48], которая была разработана в 1957 году, стиль руководства влияет на работу подчиненных. МакГрегор выделяет два типа руководителей:

- те, кто сосредоточен на работе (теория X);
- те, кто сосредоточен на человеке (теория Y).

В соответствии с теорией X, люди не любят трудиться и сделают все возможное, чтобы не обременять себя. Это авторитарный стиль руководства, для которого характерна жесткость, строгий контроль, требовательность, дисциплина.

Согласно теории Y, каждый человек может найти удовлетворение в работе. Работники активно участвуют в принятии решений. Этот стиль руководства называется демократическим, для него характерна децентрализация полномочий. По мнению Р.Лайкерта, этот стиль управления является наиболее эффективным [1, 41-43].

Журнал «Fortune» [3, 50-55] проследил за эволюцией топ - менеджеров, которые до 1970-х назывались президентами. Акроним СЕО появился в 70-е и его стали широко использовать только в 80-е. К первому поколению выдающихся руководителей они относят Джона Генри Паттерсона, Джона Дэвисона Рокфеллера, Эндрю Карнеги. Приведем некоторые интересные факты, касающиеся **авторитарного стиля** руководства Джона Паттерсона. В 1884 году Паттерсон создал компанию National Cash Register Co., которая занималась производством кассовых аппаратов, и к 1917 году ей принадлежало 95% рынка по производству кассовых аппаратов. Он понимал, что самым ценным капиталом компании являются её сотрудники, поэтому он стремился создать хорошие условия труда, был фанатом здорового образа жизни, ввел горячие обеды для рабочих, написал руководство для продавцов, но он был тираном. Паттерсон использовал трехступенчатый подход в развитии персонала:

- 1) разрушить собственную самооценку человека;
- 2) восстановить самооценку с нуля;
- 3) затем он увольнял этого человека.

Один из сотрудников узнал о своем увольнении, увидев свой стол и стул в огне на лужайке компании. Чарльза Кеттеринга, одного из выдающихся американских изобретателей, который создал беспилотную «воздушную торпеду», увольняли не менее пяти раз. Вердикт Паттерсона был «если человек незаменим, давайте его уволим». Он запретил на территории компании «вредные» продукты питания, такие как: хлеб, масло, чай, кофе, соль, перец. Каждые шесть месяцев сотрудников взвешивали и измеряли их рост. Он считал, что каждый кусок пищи нужно пережевать 32 раза, мог содержимое ящиков стола сотрудников выбросить в урну. Особую значимость придавал числу «пять».

Но не следует недооценивать вклад Паттерсона в ведение бизнеса: он разделил территорию страны на регионы, ввел систему квот и баллов для продавцов, организовывал съезды сотрудников для обмена опытом, создал техникум, где сам читал лекции, в своем неповторимом стиле. Каждый шестой топ - менеджер с 1910 до 1930 в Америке прошел школу Паттерсона, среди них был Томас Дж. Уотсон, основатель компании IBM, который со скандалом был уволен из компании National Cash Register Co. В настоящее время компания занимается выпуском платежных терминалов, банкоматов и другой продукцией.

Паттерсон мог позволить себе быть тираном, поскольку почти все акции компании принадлежали ему. В начале 20-го столетия на смену владельцам компаний пришли руководители, которых нанимали. Одним из таких антиподов Паттерсону был Альфред Причард Слоун, высокий, худой, сдержанный, представитель **корпоративного менеджмента**. Он возглавил General Motors в 1923, когда она находилась на грани краха. Из разрозненных предприятий он создал компанию, состоящую из пяти подразделений. Эти подразделения выпускали машины для разных слоев населения: Шевроле - для простого народа; Понтиак - для бедных, но гордых; Олдсмобиль – для тех, кто любит комфорт, но не любит привлекать к себе внимание; Бьюик – для амбициозных людей; Кадиллак – для богатых. Созданная им организационная схема компании считается классической. Сотрудники должны были повышать свою квалификации либо на семинарах, либо в Институте компании «General Motors». Несмотря на то, что имя Альфреда Слоуна не так широко известно, как имя его основного конкурента Генри Форда, компания, которой он руководил с 30-х годов, стала ведущей в американском автомобилестроении и получала более высокую прибыль чем Форд с 1925 по 1985 годы. Компания занимает третье место по продаже автомобилей.

В 1940-е и 1950-е СЕО копировали организационную модель, созданную Альфредом Слоуном. Среди этого поколения руководителей нет выдающихся имен. Но в 1959 году Гарольд Дженин/Генин, которого считают «одним из зубастейших акул американского капитализма» возглавил компанию среднего размера “International Telephone & Telegraph” и превратил её в конгломерат международного уровня. Компания ИТТ занималась не только изготовлением и продажей телефонного оборудования, но Дженин присоединил отельный бизнес (Sheriton Hotels), прокат автомобилей (Avis Rent-A-Car), производство кондитерских и хлебопекарных изделий (Continental Baking), страховой медицинский бизнес (Aetna Finance, Hartford Insurance), строительный бизнес (Levitt & Sons). Всего он приобрел 350 различных видов бизнеса в 80 странах. Часто для того, чтобы принять решение о присоединении, ему требовалось от десяти до 20 минут, после просмотра отчетности компании.

Дженин – это новый тип руководителя, если Паттерсон был продавцом, Слоун – производственником, то Дженин начал свою карьеру в качестве бухгалтера. В 1939 году только 7% руководителей имело финансовое образование, в 1969 году эта цифра выросла до 20%, в 1979 – до 31 %. Они

считали, что умные менеджеры могут руководить любой компанией, будь это ИТТ или книжное издательство, производство деталей для автомобилей. Что производить – это было не главным, важны были цифры. Каждый месяц 250 менеджеров различных подразделений представляли ему отчеты, которые он просматривал. Один из афоризмов Гарольда Дженина : «Если язык чисел вам понятен, вы читаете уже не числа, подобно тому как в книге вычитаете не слова, вы сразу читаете смысл». Другим любимым занятием Дженина были собрания, в год приблизительно 200 дней отводилось собраниям разных уровней, самые важные проходили в Брюсселе. Там в течение четырех дней по 14 часов 120 сотрудников компании ИТТ собирались за П-образным столом, а на большом экране были данные. Во время презентаций Гарольд Дженин хотел видеть не только цифры, но и выражение лица докладчика.

У него были последователи, которые, как и он, стремились расширить свои компании путем присоединения других компаний. Так Чарльз Блюдорн, президент одной из самых преуспевающих компаний Gulf & Western, приобрел не только компанию Paramount Pictures, но и сахарный завод в Доминиканской Республике, способствовал развитию там же табачного производства и вкладывал деньги в развитие туризма.

В течение длительного времени агрессивная политика Гарольда Дженина давала хорошие результаты: конгломерат процветал, прибыль росла ежеквартально. Но руководство компанией ИТТ, которое сменило Дженина, проводили совсем иную политику, они стали распродавать части бизнеса и сам Дженин перед смертью опубликовал книгу, в которой критиковал желание компаний к реорганизации в форме присоединения.

70-е годы двадцатого столетия считаются самыми худшими для американского бизнеса. Появились **СЕО-политики**, которые были известны своими политическими публичными заявлениями. Поэтому треть крупнейших компаний, который вошли в список Fortune-500, исчезли из этого списка в 1983 году.

В 1980 году СЕО компании GE стал Джек Уэлч, которого прозвали «нейтронным Джеком». Он возглавил компанию не в лучшее для неё время и смог превратить её в крупнейший конгломерат. В начале своего правления он не был популярен среди сотрудников компании и руководителей компаний, поскольку он начал с того, что уволил 200000 сотрудников, избавился от неблагополучных подразделений, ввел жесткие критерии качества работы, выбросил сборники официальных документов, в которых содержались указания, что должны делать менеджеры и как. На этом этапе он был очень жестким руководителем. Он считал, что компании, которыми он руководил должны быть на первом или втором месте в отрасли, если они этого не добивались, он их распускал и заменял новыми. В дальнейшем он смог создать атмосферу доверия между руководством компании и её сотрудниками, повысить качество труда. Это был руководитель компании, которым восхищались и старались использовать его опыт. Сотрудники очень высоко оценивали то доверие, которое было им оказано, и были очень преданы

компании. Для него главным были интересы акционеров. General Electric – это многоотраслевая компания, она остается самой инновационной компанией в мире.

Эра **звездных руководителей** началась в сентябре 1979 года, когда Ли Якокка стал президентом компании Chrysler. Спасая компанию от банкротства, он смог получить финансовую помощь от правительства после того, как изложил последствия закрытия заводов компании. Ли Якокка стал кумиром, национальным героем для многих американцев, и многие видели в нем будущего президента Америки после Рональда Рейгана. Он много времени уделял саморекламе. Его книга «Карьера менеджера» была продана тиражом в 7 миллионов. Он снимался в 80 рекламных роликах, принимал участие в ток-шоу. По мере того, как росла его популярность, стоимость акций компании падала. К концу 20-ого столетия немецкая компания Daimler поглотила Chrysler. Сейчас компания находится под управлением итальянской компании Fiat. Средства массовой информации хотели видеть в руководителях компаний не только способных, профессиональных менеджеров, но харизматичных, звездных лидеров. Если в 1980 г. только однажды президент компании был запечатлен на обложке делового журнала, то в 2000 году число CEO, которые были на обложке журнала, выросло до восемнадцати. Зароботная плата самых десяти высокооплачиваемых президентов с 1981 по 2000 гг. выросла на 4300%.

Самым абсурдным звездным руководителем был Альберт Данлэп, которого называли «разрушителем» или «бензопилой», поскольку главной его целью было не добиться процветания компании, а получить самому прибыль за счет увольнения рабочих. Он считал себя суперзвездой и сравнивал себя с баскетболистом Майклом Джорданом. В середине 1990-х он руководил компанией Scott Paper, ему удалось увеличить стоимость акций на 225% за счет увольнения 11000 сотрудников, ликвидации отдела научных исследований и разработок, он перестал выделять средства на благотворительность. Через 18 месяцев продал компанию Scott Paper другой компании Kimberly-Clark, заработав за этот период сто миллионов долларов. В 1996 году он стал руководителем компании Sunbeam и вновь прибегнул к тактике «разрушителя», продал две трети заводов компании, уволил двенадцать тысяч сотрудников. Но совет директоров заподозрил его в мошенничестве, в намеренном искажении бухгалтерской отчетности и отстранил его от руководства компанией. В 2002 году ему пришлось выплатить пятьсот миллионов долларов комиссии по ценным бумагам и фондовым биржам. Но и Альберт Данлэп был человеком, который опередил свою эпоху, поскольку в последующие годы руководителей некоторых компаний, как и его, обвинили в мошенничестве с финансовой отчетности.

По мнению Ноэля Тичи, в двадцатом столетии было два величайших корпоративных лидера, это Альфред Слоун из General Motors и Джек Уэлч из General Electric, но он считает, что Уэлч более значим, так как он создал новый образец корпорации, которая стала моделью для 21 века. Журнал Fortune назвал Джека Уэлча менеджером столетия.

В заключение подчеркнём, что представленный в статье обзор публикаций о выдающихся американских топ – менеджерах, с нашей точки зрения, представляет определённую познавательную ценность в плане расширения профессионального кругозора обучаемых. Информация статьи может быть использована при моделировании содержательного поля учебных текстов и их лингвометодической интерпретации в целях обучения будущих экономистов профессиональной коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Likert R. New Patterns of management. N.Y.: McGram-Hill Book Company, 1961.
2. McGregor D. The Human Side of Enterprise. N.Y.: McGram-Hill Book Company, 1964 – 208 p.
3. Useem J. Tyrants, Statesmen, and Destroyers (A Brief History of the CEO) Today's disgraced chieftains are the product of 100 years of evolution.// Fortune. – 2002. № 18. P. 50-55.

К ПОНЯТИЮ КОММУНИКАТИВНОГО СТИЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ

М.С. ГРИНЕВА

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Калужский государственный университет
им. К.Э. Циолковского», г. Калуга*

Аннотация. В статье обсуждается понятие коммуникативного стиля профессиональной языковой личности, определяющие его параметры, а также основания типологизации профессиональных коммуникативных стилей.

Ключевые слова: профессиональная языковая личность, коммуникативный стиль, дискурсивный стиль, речевое воздействие.

TOWARDS THE NOTION OF COMMUNICATIVE STYLE OF PROFESSIONAL LINGUISTIC PERSONALITY

M.S. GRINEVA

Summary. The paper discusses the notion of the communicative style of professional linguistic personality, its distinctive features, and the criteria for a typology of professional communicative styles.

Keywords: professional linguistic personality, communicative style, discourse style, persuasion.

В отечественном языкознании последних десятилетий усилилась «личностная» тенденция, которая состоит в переходе от «изучения общих свойств коммуникации, сознания, речевого поведения к попыткам определения своеобразия коммуникативных проявлений, которые присущи либо социальной группе, либо являются характеристиками отдельно взятого индивида» [6, с.42].