Менеджер как коммуникативная профессия

Яковенко Л.К., Аульбекова Ж.С.

Южно-Казахстанский государственный университет им. М. Ауэзова

Менеджер как коммуникативная профессия

Л.К. Яковенко, Ж.С. Аульбекова
Южно-Казахстанский государственный университет им. М. Ауэзова, Шымкент, Казахстан
ya_levr@mail.ru

Профессиональное общение для современной лингвистической науки представляется важной проблемой, актуальность которой обусловлена тем, что количество коммуникативных профессий постоянно растет, а умение использовать речь эффективно воспринимается как одно из важнейших профессиональных требований. Давно известно, что успешность учителя, психолога, журналиста, юриста, врача во многом зависит от их умения общаться. Однако к числу коммуникативных профессий относят не только их, но и дизайнеров, товароведов, страховых агентов, налоговых инспекторов, делопроизводителей – всех тех, кому в профессиональной деятельности приходится использовать язык в устной и/или письменной форме. Е.В. Харченко относит к коммуникативным профессиям такие, в которых «обмен информацией в разноуровневом и многоплановом деловом общении, с целью изменения тех или иных характеристик личности или группы людей, выступает основным средством профессиональной деятельности» [1, с. 17].

Коммуникативные способности важны для многих профессий: бренд-менеджер – подготовка рекламных акций; коммуникативные способности; логист – подготовка первичной документации, ее систематизация и формирование реестров; умение вести переговоры, гибкость, дипломатичность; маркетолог – проведение опросов по продвигаемому продукту; умение вести переговоры, гибкость, дипломатичность; владение устной и письменной речью; юрист – коммуникативные способности; владение устной и письменной речью и пр.

Известно, что одним из очевидных признаков востребованности профессий является оплата труда. В наши дни самыми высокооплачиваемыми являются профессии, связанные с ростом продажи товаров или услуг. Это та сфера профессиональной деятельности, в которой востребованы менеджеры. Для этой профессии важно уметь привлечь внимание потенциального потребителя, убедить его в необходимости товара или услуги. Зависимость между ожидаемым результатом и общением, посредством которого профессионал воздействует на непрофессионала, очевидна. Таким образом, менеджер – это не просто одна из самых распространенных и востребованных профессий – это профессия коммуникативная.

Приведенное в работе Т.В. Шатуна [3] сравнение американской и английской концепций менеджмента показывает, что из 20 позиций, по которым оценивается эффективность работы менеджера, полностью совпали 6, из них связаны с речевым взаимодействием – 2 («Коммуникабельность», «Умение слушать других»). Не совпали дословно, но также отражают важность эффективного использования языка такие характеристики, как «Ораторские способности», «Желание слушать», «Умение общаться», «Немногословие». Анкетирование, проведенное с целью выяснения места менеджера в наивной языковой картине мира, показало, что 60% опрошенных считает, что язык в работе менеджера играет «важную», «ответственную» и даже «главную роль» и подчеркивает коммуникативный характер работы менеджера («менеджер должен объяснить, заинтересовать покупателя и быть вежливым с покупателями»; «банк заходишь, менеджер свое вопрос задаешь они тебе ответить», «менеджер должен объяснить, заинтересовать покупателя и быть вежливым с покупателями»; «Он должен рекламировать свою компанию», «рекламирует»; «работает с документациями организации, фирмы и т.д.». Таким образом, исследование коммуникативных особенностей профессионального общения менеджера носит характер не умозрительного, а прагматического.

Литература

Харченко Е.В. Модели речевого поведения в профессиональном общении. – Челябинск, 2003. – 336 с.
Шатун В.Т. Основы менеджмента. Режим доступа: lib.chdu.edu.ua/pdf/posibnuku/189/53.pdf‎ . – С. 4.