

Бездудная А.Г., Растова Ю.И., Кадырова О.В.

СОЦИОЛОГИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ МЕТАФОРЫ

Аннотация. В статье управленческая метафора рассматривается как инструмент профессионального вербального мышления менеджера. Представлены результаты анкетного опроса преподавателей управленческих дисциплин и студентов, свидетельствующие об отсутствии консенсуса относительно целесообразности использования метафоры как формы мышления, способствующей передаче и усвоению знаний. С позиций теории поколений получено подтверждение истинности гипотезы о необходимости учета личностного понимания и ассоциирования при «рождении» и толковании метафор. Сделан вывод о необходимости распространения убедительных и образных управленческих метафор и использовании менеджментом всего арсенала способов «поддержки» формирования у сотрудников необходимого восприятия смысла управленческих метафор.

Ключевые слова. Менеджмент, концептуальная метафора, когнитивная интеграция, теория поколений.

Bezudnaya A.G., Rastova Yu.I., Kadyrova O.V.

SOCIOLOGY OF MANAGEMENT METAPHOR

Abstract. In the article, management metaphor is considered as a tool for professional verbal thinking of a manager. The results of a questionnaire survey of teachers of management disciplines and students are presented, indicating a lack of consensus regarding the advisability of using metaphor as a form of thinking that promotes the transfer and assimilation of knowledge. From the standpoint of the theory of generations, confirmation of the truth of the hypothesis about the need to consider personal understanding and association in the «birth» and interpretation of metaphors was obtained. It is concluded that it is necessary to disseminate convincing and imaginative management metaphors, and to use the entire arsenal of ways for management to «support» the formation of the necessary perception of the meaning of management metaphors among employees.

Keywords. Management, conceptual metaphor, cognitive integration, generation theory.

ГРНТИ 04.81.00

EDN PWSBRW

© Бездудная А.Г., Растова Ю.И., Кадырова О.В., 2024

Анна Герольдовна Бездудная – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента и инноваций им. Г.А. Краюхина Санкт-Петербургского государственного экономического университета. ORCID 0000-0002-2839-3024

Юлия Ивановна Растова – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры менеджмента и инноваций им. Г.А. Краюхина Санкт-Петербургского государственного экономического университета. ORCID 0000-0002-3101-7388

Ольга Васильевна Кадырова – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и инноваций им. Г.А. Краюхина Санкт-Петербургского государственного экономического университета. ORCID 0009-0002-8949-5099

Контактные данные для связи с авторами (Растова Ю.И.): 191023, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, 30-32 (Russia, St. Petersburg, Griboedov canal emb., 30-32). Тел.: +7 911 993-79-84. E-mail: rastova.yu@unecon.ru.

Статья поступила в редакцию 10.10.2023.

Введение

Метафора – один из основных языковых троп, то есть слов или оборотов речи в переносном или иносказательном значении. Как лингвистическое явление метафоры, вместе с гиперболами, иронией, метонимией, синекдохой, усиливают образность языка и выразительность речи. Как базовый феномен когнитивной науки метафора – это фактор мышления (по мнению Дж. Лакофф и М. Джонсона, основной), концептуализирующий картину мира и определяющий смысл любого понятия [6]. Появилась даже категория «когнитивная (концептуальная) метафора» как способ познания, структурирования и объяснения реальности [14].

Как пример, метафоризация оказалась преобладающим способом терминообразования в области цифровизации [9]. При этом концептуальные метафоры – искусственный интеллект, Интернет вещей, большие данные, облачные и туманные вычисления, сквозные цифровые технологии, цифровая грамотность, цифровая культура, виртуальная лаборатория и т.д. – определяют сегодня теорию и практику цифрового преобразования общества.

Можно утверждать, что использование метафор в менеджменте связано с распространением с начала 1960-х годов ситуационного подхода в исследованиях и в управленческой практике, опирающегося на достижения в ряде смежных областей науки: психологии – вывод о том, что на основе информации извне, опыта, знаний в структурах мозга формируются информационные модели процессов, объектов и явлений; семиотики – вывод, что знаковый язык описания достаточен для построения модели, заменяющей реальные процессы, объекты и явления; информатики – результаты в части создания поисковых и экспертных систем [7].

Посредством метафор характеризуются многие явления и процессы в менеджменте: разные подходы к управлению организацией – организация как «машина», «живой организм», «мозг», «носитель культуры», «политическая система», «психическая тюрьма», «поток и трансформация» [16]; формы производственного потока в организациях – VАTI-модели [12]; сотрудники, менеджеры, акционеры, местные сообщества, профессиональные союзы, местные власти, поставщики, партнеры, клиенты – stakeholders (стейкхолдеры) [11]; типология организационных культур – культуры Зевса, Аполлона, Афины, Диониса [13] или клан, бюрократия, адхократия, рынок [4]; стадии жизненного цикла организации – выхаживание, младенчество, детство, юность и т.д. [1]; организационные патологии [8]; типы конкурентных рынков – алые и голубые океаны [5]; система структурирования групповой дискуссии – шесть шляп Эдвардом де Боно [3]. Этот список можно продолжить.

Большую роль в накоплении опыта восприятия и осмысления метафор играют афоризмы. Можно привести такие показательные примеры: «Менеджмент – это клей, который держит всю внутреннюю и внешнюю среду предприятия вместе», «Корабль затонет, если у него много капитанов», «Инновационным развитием предприятия нужно заниматься постоянно – это как ехать на велосипеде: или крутишь педали, или падаешь». Однако существует мнение о «лженаучности» выводов, обличенных в метафоры [17]. И это утверждение определяет первую задачу настоящего исследования: понять, какое число специалистов в области менеджмента разделяет такую точку зрения или склоняется к ней.

Вторая задача исследования связана с тем обстоятельством, что теория метафоры сегодня дополняется теорией концептуальной интеграции, предполагающей учет личностного понимания и ассоциирования при «рождении» и толковании метафор [10; 18]. Рабочая гипотеза заключалась в предположении, что толкование управленческих метафор различается у представителей разных поколений.

Материалы и методы

В рамках исследования с использованием возможностей Yandex Forms был проведен анкетный опрос слушателей ряда курсов повышения квалификации Санкт-Петербургского государственного экономического университета, преподающих управленческие дисциплины, и обучающихся старших курсов бакалавриата по направлению 38.03.02 «Менеджмент». В опросе приняли участие 43 преподавателя и 78 студентов. Все студенты представляли поколение 2001-2016 годов рождения. Распределение участников опроса из категории «преподаватели» по условным поколениям представлено на рис. 1.

Преподавателям – участникам опроса были предложены два вводных вопроса: (1) с каким утверждением они готовы скорее согласиться: имеет ли метафора важнейшее значение в концептуализации картины мира; является ли эффективной формой мышления, способствующей передаче и усвоению знаний, или же девальвирует представление о менеджменте как о науке; (2) используют ли коллеги

метафоры в своей педагогической практике? Ко всем участникам опроса была обращена просьба, согласиться с одним из трех толкований конкретной метафоры и ранжировать ряд управленческих метафор, а также способов их «поддержки» по степени полезности в практике менеджмента.

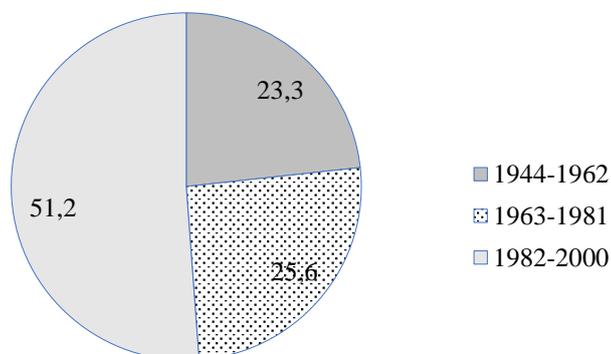


Рис. 1. Распределение участников опроса из категории «преподаватели» по условным поколениям, % от числа опрошенных

Результаты и их обсуждение

В рамках исследования преподавателям, участвующим в опросе, был задан вопрос: «Используете ли Вы метафоры в своей педагогической практике?» 79,1% опрошенных ответили положительно и выразили уверенность, что метафоры помогают передаче и усвоению знаний и должны активно использоваться в педагогической практике. 20,9% от общего числа участников опроса дали отрицательный ответ. Причем 2/3 этих респондентов отрицают целесообразность использования метафор, соглашаясь с утверждением, что «использование метафор девальвирует представление о менеджменте как о науке». Из представленных ответов можно сделать несколько категоричный вывод, что часть преподавателей не просто пренебрегает метафорами, но и не считает нужным развивать профессиональное вербальное мышление у студентов. Это при том, что именно метафора представляет собой словесную форму, позволяющую передавать информацию, обеспечивая продуктивное и быстрое мысленное оценивание коммуникативной ситуации в определенном дискурсивном контексте (как пример, задача о буддийском монахе).

Чтобы подтвердить гипотезу о влиянии личностного понимания и ассоциирования на толкование метафор, всем участникам опроса было предложено высказать свое мнение относительно толкования конкретной метафоры. В частности, ведущий специалист лаборатории исследований социолингвистики языка и грамотности Университета Говарда В. Перри в ответ на нашу просьбу, размещенную на платформе ResearchGate, поделиться наиболее точными и полезными управленческими метафорами, предложила вариант «spending too much time at the water cooler» (дословно – «проводить слишком много времени у кулера с водой») и дала ее толкование «not being productive» (дословно – быть непродуктивным) [15].

Распределение ответов наших респондентов на вопрос: «С каким толкованием метафоры «проводить слишком много времени у кулера с водой» Вы, скорее всего, согласны?», – представлено на рисунке 2. Уже из ответов, распределение которых представлено на рисунке 2, видно расхождение в толковании предложенной метафоры представителями разных условных поколений. Если личностное понимание старшего поколения (1944-1962 годов рождения) определяется в категориях личной ответственности и результативности, то представители следующего поколения склонны связывать ее с организационной культурой, а молодежь – даже и с риторикой спикеров. Последнее обстоятельство объяснимо с учетом возросшего внимания в современном менеджменте к проблемам коммуникации.

Окончательно убедиться в справедливости гипотезы о различии в отношении к управленческим метафорам у представителей разных поколений позволило распределение ответов на вопрос об упорядочении метафор по степени полезности (действенности) в практике менеджмента. Предлагалось сравнить следующие метафоры: голубые океаны; жизненный цикл; клубный стиль руководства; культуры Зевса, Аполлона, Афины, Диониса; спринт; стейкхолдеры; страйк цена; Рока-Уоке. Если в границах условных поколений респонденты демонстрируют высокий уровень согласованности с подтвержденной достоверностью, то между ними согласованность отсутствует (таблица 1). Различия в оценке степени полезности

предложенных респондентам управленческих метафор свидетельствуют, что Z-поколение отдает предпочтение метафорам, связанным с инновациями и прикладными инструментами в функциональных областях менеджмента (голубые океаны, Рока-Уоке, спринт, страйк цена) (таблица 2).

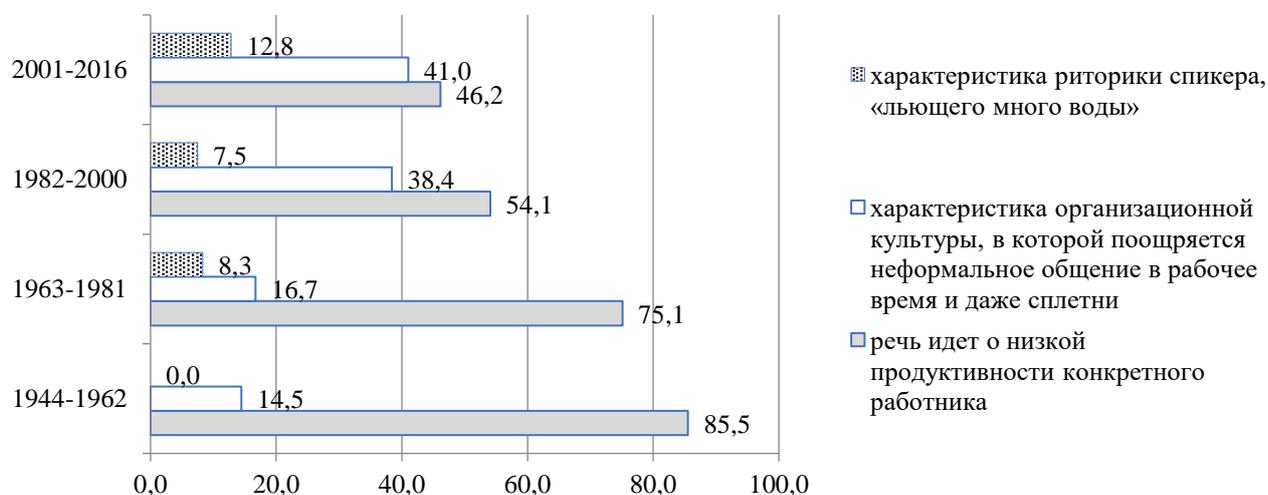


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «С каким толкованием метафоры «проводить слишком много времени у кулера с водой» Вы, скорее всего, согласны?» по условным поколениям, % от числа опрошенных.

Таблица 1

Оценка согласованности ответов на вопрос о степени полезности управленческих метафор в практике менеджмента

Показатели	Условные поколения респондентов				В целом по кругу респондентов
	1944-1962	1963-1981	1982-2000	2001-2016	
Коэффициент конкордации Кендалла	0,823	0,764	0,689	0,742	0,531
Расчетное значение критерия Пирсона	20,311	17,459	19,735	16,514	11,013

Значение коэффициента конкордации Кендалла равно 1 при максимальной согласованности. Достоверность оценки степени согласованности мнений респондентов определяется значимостью коэффициента конкордации, который значим при условии, если расчетное значение χ^2 будет больше табличного для данного числа степеней свободы ($k = n - 1$) и при заданном уровне значимости α ($\alpha = 0,05$). Табличное значение критерия Пирсона для числа степеней свободы $k = 7$ и при уровне значимости $\alpha = 0,05$ равно 14,067.

Таблица 2

Ранжирование управленческих метафор по степени полезности (действенности) в практике менеджмента

Метафоры	Условные поколения респондентов				В целом по кругу респондентов
	1944-1962	1963-1981	1982-2000	2001-2016	
Голубые океаны	6	3	3	1	3
Жизненный цикл	1	1	2	6	1
Клубный стиль руководства	2	5	7	8	6
Культуры Зевса, Аполлона, Афины, Диониса	4	4	8	7	7
Спринт	3	7	5	4	4
Стейкхолдеры	3	2	1	2	2
Страйк цена	7	8	6	5	8
Рока-Уоке	5	6	4	3	5

Что касается значимости способов поддержки формирования у сотрудников необходимого восприятия смысла управленческих метафор, то здесь мнения представителей разных поколений можно считать согласованными (таблица 3). Распределение результатов опроса характеризуется значением коэффициента конкордации Кендалла 0,675 и расчетным значением $\chi^2 = 8,1$ (табличное значение критерия Пирсона для числа степеней свободы $k = 3$ и при уровне значимости $\alpha = 0,05$ равно 7,815). Представленные ответы свидетельствуют о ключевой роли личного примера руководителя в восприятии и использовании метафор в понимании контекста, формировании суждений, приверженность диалогу, демонстрации способности к обучению. Заметим, эти результаты подтверждают выводы авторов, изложенные в статье «Фронетическое лидерство: текущая повестка» [2].

Таблица 3

Оценка значимости способов «поддержки» формирования восприятие смысла управленческих метафор

Способы	Условные поколения респондентов				В целом по кругу респондентов
	1944-1962	1963-1981	1982-2000	2001-2016	
Формальное обучение	1	2	2	2	2
Коллективный фронезис	3	3	3	1	3
Личный пример	2	1	1	3	1
Использование скевоморфов	4	4	4	4	4

Заключение

Выстраивая понятийную систему в современном менеджменте, важно добиваться единого толкования (понятности) управленческих метафор. На решение этой задачи должны быть направлены дидактические средства обучения, атрибуты корпоративной культуры, дискуссии в научном сообществе. Распространение убедительных и образных управленческих метафор, в том числе способных создавать новые смыслы, позволит через общий опыт восприятия осмысливать сложные проблемы в менеджменте, справляться с вызовами сегодняшнего мира.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

1. Адизес И. Управление жизненным циклом организации. СПб.: Питер, 2013. 384 с.
2. Бездудная А.Г., Растова Ю.И. Фронетическое лидерство: текущая повестка // Вестник факультета управления СПбГЭУ. 2023. № 13. С. 8-13.
3. Де Боно Э. Шесть шляп мышления. М.: Попурри, 2006. 208 с.
4. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры. СПб.: Питер, 2001. 320 с.
5. Ким Ч., Моборн Р. Стратегия голубого океана. Как создать свободную рыночную нишу и перестать бояться конкурентов. М.: НИРРО, 2005. 272 с.
6. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
7. Менеджмент / под ред. А.Г. Бездудной. М.: КНОРУС, 2023. 256 с.
8. Пригожин А.И. Дезорганизация: причины, виды, преодоление. М.: Альпина Бизнес Букс, 2017. 402 с.
9. Рейнгольд Л.А. О системе понятий для концептуального исследования информационных технологий // Информационные и математические технологии в науке и управлении. 2018. № 4 (12). С. 6-17.
10. Fauconnier G., Turner M. Metaphor, Metonymy, and binding. / Metaphor and metonymy in comparison and contrast / ed. R. Dirven, R. Pörrings. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 2003. P. 477-478.
11. Freeman R.E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston: Pitman, 1984. 276 p.
12. Goldratt E.M., Cox J. The Goal: A Process of Ongoing Improvement. Great Barrington, MA: North River Press, 2004. 384 p.
13. Handy C. The Gods of Management: The Changing Work of Organizations. Oxford University Press, 1996. 268 p.
14. Maccormac E.R. A Cognitive Theory of Metaphor // Journal of Aesthetics and Art Criticism. 1985. № 45 (4). P. 418-420.
15. Metaphors in the theory of management. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.researchgate.net/post/Metaphors_in_the_theory_of_management (дата обращения 24.08.2023).
16. Morgan G. Images of Organization. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2006. 520 p.
17. Randall K., Isaacson M., Ciro C. Validity and Reliability of the Myers-Briggs Personality Type Indicator: A Systematic Review and Meta-analysis // Journal of Best Practices in Health Professions Diversity. 2017. № 10 (1). P. 1-27.
18. Turner M. Fauconnier G. Conceptual Integration and Formal Expression // Journal of Metaphor and Symbolic Activity. 1995. Vol. 10. № 3. P. 183-203.