

# СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ФЕНОМЕНОЛОГИЯ ЛЕСТИ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ<sup>1</sup>

М. Курилкина



## ■ ВВЕДЕНИЕ

В организации, как известно, существует множество коммуникативных потоков, функционирующих как на формальном, так и неформальном уровнях. Деловое общение руководителей и подчиненных, между коллегами определяет существование всей организации. В системе делового общения, например, по обеспечению дисциплины труда одно из ведущих мест в соответствии с Трудовым кодексом РФ занимает поощрение работников за труд<sup>2</sup>. Поощрение за труд представляет собой разнообразное по форме

одобрение организационного поведения и деятельности работника, «публичное признание результатов труда работников, которое реализуется путем предоставления различных льгот и преимуществ. Характер поощрений можно подразделить на материальный и моральный»<sup>3</sup>.

Помимо характеристик, которые задают формальный тон общения, в процессе делового взаимодействия проявляются также и механизмы, присущие межличностному, неформальному общению, например, такие механизмы социальной перцепции, как идентификация, эмпатия, аттракция, рефлексия, каузальная атрибуция. В процессе делового общения, преднамеренно или непреднамеренно, добровольно или невольно, осознанно или неосознанно коллеги, руководители и подчиненные постоянно оказывают психологическое воздействие друг на друга. Одним из самых распространенных и широко используемых способов влияния, например, при продвижении по карьерной лестнице, обеспечения эффективного взаимодействия между сотрудниками на неформальном уровне, является лесть – «похвала с корыстной целью» (В. И. Даль).

Феномен лести представляет собой информацию, включенную в многомерную сеть информационного корпоративного пространства. Он входит в информационную подсистему системы организации, и на этом уровне включен во все организационные взаимосвязи и функционирование организации в целом. Лесть может быть

скрыта различными культурными нормами и не выражаться субъектом напрямую. Но лесть изначально направлена к другому человеку; интенции, побуждающие исказить характеризующую другого человека информацию, как видно, связаны с целями в отношении этого человека, то есть объектом лестного воздействия является другой человек.

Лесть – это своеобразный способ оказания влияния на партнера по общению, введения его в заблуждение, являющийся порой неотъемлемым элементом коммуникативных процессов, протекающих в организациях. Но, несмотря на это, лесть, как социально-психологический феномен общения, недостаточно изучена. В настоящее время специализированной литературы, посвященной данной теме, явно недостаточно. Постановку феноменологических проблем лести можно встретить уже в трудах Аристотеля, Платона, и других античных авторов. Многие мыслители (такие, как Макиавелли, Монтень и др.) исследовали проблемы лести в своих трудах; феномен лести они рассматривали как форму лжи, т.е. изучали данное явление достаточно односторонне. В современной психологии феномен лести описывается в контексте рассмотрения комплимента как наиболее эффективного способа достижения желаемых результатов общения. Исследованиями комплиментов и лести как речевых актов занимались отечественные и зарубежные лингвисты и психолингвисты (В.И. Карасик, Е.С. Петелина, В.В. Леонтьев, О.С. Иссерс, А.А. Рухманов, Дж. Остин, Д. Вундерлих, У. Стайлз и

<sup>1</sup> Публикация подготовлена редакцией журнала на основе автореферата диссертации ([www.guu.ru/files/referate/kurilkina.pdf](http://www.guu.ru/files/referate/kurilkina.pdf)) Курилкиной Марии Александровны на соискание ученой степени кандидата психологических наук по специальности 19.00.05 – «Социальная психология». Диссертация выполнена на кафедре социологии и психологии управления Государственного университета управления. Научный руководитель – доктор психологических наук, профессор Тарасов Александр Николаевич.

<sup>2</sup> «Работодатель поощряет работников, добросовестно исполняющих трудовые обязанности (объявляет благодарность, выдает премию, награждает ценным подарком, почетной грамотой, представляет к званию лучшего по профессии). Другие виды поощрений работников за труд определяются коллективным договором или правилами внутреннего трудового распорядка, а также уставами и положениями о дисциплине. За особые трудовые заслуги перед обществом и государством работники могут быть представлены к государственным наградам» (Трудовой кодекс РФ, гл. 30, ст. 191).

<sup>3</sup> См.: Там же.

