

УДК 811.11

ПЕРЕЛЫГИНА Татьяна Анатольевна, аспирант кафедры английского языка Белгородского государственного университета

«CORPORATE DRESS CODE» КАК СТРУКТУРНЫЙ ЭЛЕМЕНТ ФРЕЙМА «CORPORATE CULTURE» (на материале современного английского языка)

Статья Т.А. Перелыгиной посвящена изучению способов языковой репрезентации концептосферы *corporate culture* (корпоративная культура), рассматриваемой в рамках фреймовой модели. Анализируются языковые средства репрезентации структурного элемента *corporate dress code* в иерархической модели фрейма *corporate culture*.

Культурный концепт, фрейм, подфрейм, corporate culture, corporate dress code

Фрейм является одной из важнейших структур представления знаний, использующихся в когнитивной лингвистике.

Фрейм *corporate culture* (корпоративная культура) отражает многомерный культурный концепт абстрактного характера. Согласно когнитивным исследованиям подобных культурных концептов Ю.С. Степанова (1997), В.И. Карасика (2002), С.Г. Воркачевы (2002) перед нами возникает сложная структура, включающая в себя понятийную, образную, ассоциативную, ценностную составляющие.

Данная структура отображает основную типичную и потенциально возможную информацию, которая ассоциируется с концептом *corporate culture* в англоязычном обществе.

По мнению В.З. Демьянкова, фрейм «конкретизирует, что в данной культуре характерно и типично, а что — нет»¹. Следовательно, мы можем говорить о наличии специфических, этнокультурных особенностей фрейма.

Несомненно, особенности репрезентации данного фрейма обусловлены, главным образом, культурной средой, культурным контекстом и всей совокупностью культурного опыта языкового знака в англоязычной среде.

Согласно иерархической структуре фрейма, в нем можно выделить верхние уровни, содержащие обязательные компоненты, отражающие понятия, всегда справедливые по отношению к ситуации «*corporate culture*». На более низких уровнях, согласно М. Минскому (1979), располагаются терминальные узлы («слоты»), несущие факультативные компоненты.

Необходимо отметить, что объективация нашего абстрактного концепта *corporate culture* происходит, естественно, во внешнем, видимом, предметно-материальном слое, охватывающем конкретные артефакты и всю внешнюю символику организации. Именно с этим слоем связаны наиболее актуальные ассоциации с содержанием концепта. При этом, нельзя отрицать факт на-

личия огромного разнообразия ассоциативных представлений: от конкретных до совершенно абстрактных, от личностно-индивидуальных до коллективных. Недаром В.И. Карасик отмечает спиралевидный характер фрейма: «человек вспоминает о чем-либо, вовлекая в исходный образ весь свой жизненный ассоциативный опыт, который как бы раскручивается по спирали»².

Таким образом, ассоциативный компонент занимает определяющее место в структуре и семантике культурного концепта.

Вслед за Д.Б. Гудковым (1999), Г.Г. Слышкиным (2000) С.Г. Воркачев отмечает такую специфическую черту лингвокультурного концепта как его включенность в «вертикальный контекст», то есть «способность ассоциироваться с вербальными, символическими либо событийными феноменами, известными всем членам этнокультурного социума»³.

Одним из таких феноменов и элементов внешнего предметно-материального слоя выступает понятие *corporate dress code*, позволяющее говорить о ценностно-нормативных приоритетах той или иной компании (организации), являющихся ключевыми компонентами *corporate culture*.

Нами была предпринята попытка проанализировать языковые средства репрезентации явления *corporate dress code* как структурного элемента (терминала) иерархической структуры фрейма *corporate culture*.

Известный словарь «Longman Business English Dictionary» (2007) определяет *dress code* как «*the way that you are expected to dress in a particular situation, especially as an employee of a particular company*»⁴

Основываясь на этой и ряде других, схожих словарных дефинициях, а также в процессе изучения языкового материала нами были выделены следующие характеристики: понятийная – прежде всего, несомнен-

ный факт присутствия в современном обществе определенных взглядов на манеру и стиль одежды в деловой среде, в любой профессиональной организации;

образная и ценностная – наличие конкретных представлений в обществе о строгом, классическом, консервативном деловом стиле одежды как единственно приемлемом для успешного ведения бизнеса и создания карьеры.

Так, факт присутствия определенной системы взглядов на деловой стиль одежды находит свое подтверждение в лексемосочетаниях: *professional attire, to dress professionally, the dress policy*. Интересно противопоставление смыслов в паре *to dress mess* («одеться, как попало») – *to dress for success* («одеться для успеха») ⁵.

Конкретные представления в обществе о строгом, классическом, деловом стиле одежды репрезентируются лексемами: *the buttoned-down mentality, a corporate straight jacket, to wear suits*⁶.

Взгляды на неприемлемую форму одежды в бизнес среде вербализируются в следующем предложении: *Forget the flip-flops and cut-offs and maintain your professional look, or watch your career die*⁷.

В данном примере употребляются лексемы *flip-flops* («сандалии»), *cut-offs* («джинсовые шорты с бахромой»), при этом используется метафора *watch your career die*, которая подчеркивает невозможность достижения профессионального успеха с подобной формой одежды.

В следующем примере отражается идея «идеального», наиболее успешного женского делового костюма, служащего одновременно и «броней», и «оружием» в жестком мужском бизнес окружении: *I love that blazer, button-down shirt, slacks, and high heels offer me an overpriced suit of armour*⁸.

В результате языкового анализа была выявлена также характеристика, сигнализиру-

ющая о современных тенденциях в сфере делового костюма.

Так, стремления нарушить и изменить устоявшиеся нормы выражаются в *to crack the corporate dress code* (глагол *crack* – «расколоть» – указывает на то, что «corporate dress code» – что-то жесткое и целостное); на факт уже имеющихся «вольностей» в сфере деловой одежды указывают: *a lax dress code policy* (употребляется прилагательное *lax* со значением «небрежный, свободный»), *to dress casually*, *to dress like a slob for work* (существительное *slob* – «неряха» – подчеркивает презрительное отношение к новому стилю одежды), *the overdressed office tramp* (определение *overdressed* – «слишком нарядный» – указывает на критическое отношение)⁹.

Отсутствие в настоящее время строгих требований в отношении деловой одежды вербализируется в выражениях *to wear 'whatever makes you happy'*, *amorphous dress code*¹⁰. При этом необходимо отметить, что прилагательное «amorphous» подчеркивает бесформенность и неопределенность современного делового стиля.

Отход от устоявшихся норм в области деловой манеры одежды выражается напрямую в *It was quite a departure from the traditional black-tie attire at past conferences*¹¹.

Эта же идея передается в параллельной конструкции: *Schoolkids are getting back into uniform, the business world is getting out of uniform...*¹².

Изменения в корпоративной манере одежды объективируются в следующих предложениях:

– *There are a growing number of firms today throwing dress codes out the window and welcoming workplace fashion faux pas with open arms;*

– *...sometimes the liberal dress policies go right out the door*¹³.

В этих примерах мы видим употребление метафоричного выражения *throwing dress codes out the window* и определения *liberal*, но при этом, выражается идея о чрезмерных современных «перегибах» в области деловой одежды – *welcoming workplace fashion faux pas with open arms* (употребление французского заимствования *faux pas* со значением «проступок, ложный шаг»), употребление выражения *go right out the door* с акцентом на слишком вольную манеру деловой одежды.

Нерешенность данной проблемы в отношении выбора корпоративной формы одежды передается при помощи метафоры, содержащей библлизм со значением «Вавилонское столпотворение, неразбериха, путаница в одежде»: *So why don't we all get down to our skivvies... and try to figure out what in this Tower of Apparel Babel makes sense*¹⁴.

Таким образом, при помощи языковых средств раскрывается основное содержание терминального узла *corporate dress code*, входящего в иерархическую структуру фрейма *corporate culture*. Очевидно, что данный термин формирует свой уровень или подфрейм, который является структурным элементом в сложном многомерном фрейме *corporate culture* и отражает ценности, традиции и нормы корпоративной культуры организации.

Примечания

¹ Демьянков В.З. Фрейм // Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов. – М., 1996. С.188.

² Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. С. 152.



³ Воркачев С.Г. Концепт как «зонтиковый» термин // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. Ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. – М., 2003. Вып. 24. С. 10.

⁴ Longman Business English Dictionary. Pearson Education Limited, 2007. P. 164.

⁵ «How to crack the corporate dress code» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.msnbc.com.htm>

⁶ «How to crack the corporate dress code» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.msnbc.com.htm>

⁷ «How to crack the corporate dress code» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.msnbc.com.htm>

⁸ Lindsey Gerdes «That's Why They Call It a Power Suit» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.businessweek.com/careers/content/ca20061206_027397.htm

⁹ «How to crack the corporate dress code» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.msnbc.com.htm>

¹⁰ Lindsey Gerdes «That's Why They Call It a Power Suit» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.businessweek.com/careers/content/ca20061206_027397.htm

¹¹ Lindsey Gerdes «That's Why They Call It a Power Suit» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.businessweek.com/careers/content/ca20061206_027397.htm

¹² Ciro Scotti «Dressing Up, Down, or Hardly at All for Success» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.businessweek.com/bwdaily/apr2000/nf00412a.htm>

¹³ «How to crack the corporate dress code» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <http://www.msnbc.com.htm>

¹⁴ Ciro Scotti «Dressing Up, Down, or Hardly at Ail for Success» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.businessweek.com/bwdaily/apr2000/nf00412a.htm>

Рецензент – Прохорова О.Н., доктор филологических наук, профессор Белгородского государственного университета