

Т. А. Перельгина

СПЕЦИФИКА ЯЗЫКОВОГО ЗНАКА В РАМКАХ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ СУЩНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ (НА ПРИМЕРЕ КОНЦЕПТОСФЕРЫ 'CORPORATE CULTURE')

Статья посвящена исследованию языкового знака в русле когнитивного направления современной лингвистики. Рассматриваются функционально-когнитивные свойства языкового знака, проявляющиеся в процессе вербальной репрезентации концептосферы 'corporate culture'. Предпринимается попытка описать специфику тесного взаимодействия концептуального и семиотического пространств на примере языковой репрезентации феномена корпоративной культуры.

Ключевые слова: языковой знак, корпоративная культура, функционально-когнитивная парадигма, концепт, концептосфера, языковая репрезентация, дискурс, неязыковой знак.

Современный этап развития лингвистической мысли характеризуется выдвиганием функционально-когнитивной парадигмы научного знания (Н. Ф. Алефиренко, Н. Н. Болдырев, В. З. Демьянков, Е. С. Кубрякова, W. Chafe, Ch. Fillmore, T. Givon, G. Lakoff и др.). В рамках данной парадигмы язык рассматривается как коммуникативная система, принимающая участие в репрезентации окружающего мира, и как когнитивный механизм, связывающий языковую и мыслительную деятельность, что находит отражение в языковом сознании личности и всего общества. Вместе с тем, язык понимается как особая целостная знаковая система. Языковой знак – взаимосвязанное устойчивое материально-идеальное образование, репрезентирующее предмет, свойство, отношение действительности [2. С. 167].

Необходимо отметить, что современные направления в развитии языковедческой науки связаны с исследованием языкового знака в русле когнитивного направления (А. П. Бабушкин, О. Д. Вишнякова, Е. С. Кубрякова, З. Д. Попова, А. С. Самигуллина и др.). Категория языкового значения рассматривается как знание, зафиксированное в знаке, редуцированное в определенную концептуальную структуру. Благодаря важнейшей роли языкового знака (особенно словесного знака) в процессе концептуализации действительности объективируется феноменология знаковой репрезентации, раскрывающая проблематику значения языкового знака [1].

Категории концепта и концептосферы, рассматриваемые в качестве когнитивных феноменов, находят свое вербальное выражение с помощью единиц различных языковых уров-

ней. Особенности вербализации концепта детерминированы всей совокупностью культурного опыта существования языковых знаков. Концепты (кванты структурированного знания), объединяясь между собой, формируют концептосферы, что приводит к возникновению в целом концептуальной картины окружающего мира, являющейся когнитивным отображением действительности. Речевая деятельность человека объективирует процесс развития и изменения концептосферы. Следует подчеркнуть, что под концептосферой понимается сфера реализации определенного концепта в тесном взаимодействии с содержательно близкими концептуализированными областями. Составные элементы концептосферы – концепты – не имеют жестких границ и в процессе своего функционирования взаимодействуют и пересекаются друг с другом, что находит свое отражение в процессе языковой репрезентации концептосферы.

В результате взаимодействия концептуальной и семиотических сфер языковой знак приобретает ряд важнейших функционально-когнитивных свойств, проявляющихся в аспекте реализации основных функций языка (гносеологической, репрезентативной, номинативной, коммуникативной, прагматической, экспрессивной, апеллятивной, иллюкутивной), обусловленных дискурсивными и контекстуальными особенностями речевой ситуации. К данным свойствам относятся: способность опосредованно представлять связь языка и мышления; непосредственное участие в процессе концептуализации окружающей действительности; способность к вербализации концептов

посредством целого ряда значений, обусловленная особенностями речевого и культурного контекстов с учетом всего культурного опыта знака и динамики векторов ассоциативной сферы концептов; динамический характер значения языкового знака, часто приводящий к взаимодействию различных концептуальных сфер и возникновению новых концептуальных структур; способность к осуществлению мета-языковой функции, способность «реагировать» на различные когнитивные состояния вследствие помещения в специфический контекст, что дает возможность использовать ряд особых семиотических приемов [1]. Проявление функционально-когнитивных свойств языковых знаков во многом обусловлено потенциальной динамикой ассоциативных сфер концептов, что связано с подвижностью границ концепта. Потенциальная динамика ассоциативных сфер концептов обеспечивает возможность взаимопересечения центральных и периферийных областей существования языковых категорий.

В настоящее время развитие общества немислимо без осознания необходимости формирования сильной корпоративной культуры, явления, давно и прочно вошедшего в бизнес практику всего делового западного мира. Несмотря на многочисленные попытки изучения феномена корпоративной культуры западными учеными в организационных исследованиях (M. Hatch, G. Morgan, R. W. Price, E. H. Schein и др.), в среде менеджмента (G. Johnson, A. M. Pettigrew, K. Scholes и др.) и маркетинга (A. M. Wilson), а также в последнее десятилетие отечественными учеными (О. С. Виханский, Т. Н. Перскова, В. А. Спивак, Л. В. Торопов и др.), с точки зрения лингвистики анализ данного явления не осуществлялся.

Опираясь на концепцию отражения действительности в языковом сознании отдельного индивида и общества в целом, представляется возможным говорить о существовании особой концептуальной сферы корпоративной культуры ('corporate culture'). С лингвокогнитивной точки зрения концептосфера 'corporate culture' представляет собой лингвоментальную сущность, отражающую процессы управления и жизнедеятельности любой корпорации (организации), непосредственно влияющие на эффективность и результативность ее деятельности.

В результате анализа языкового материала был сделан вывод о том, что процесс репрезен-

тации концептосферы 'corporate culture' осуществляется посредством актуализации языковых знаков, областью функционирования которых являются реальные речевые произведения, формализующие такие типы дискурса, как бизнес-публицистический, научный организационный и корпоративный публичный.

Несмотря на определенные различия в вербальной репрезентации концептосферы 'corporate culture', детерминированные типом дискурса, возможно говорить о доминирующем типе вербального знания, представленном совокупностью ценностей, норм, этических взглядов. Данный тип знания объективируется за счет имени концептуальной сущности – словосочетаний 'corporate culture', 'organizational culture', что связано с акцентуализацией данного явления в процессах управления и жизнедеятельности любой компании как организации.

Например, частотное употребление таких языковых единиц, как 'ethics', 'values', 'rituals', 'routines', 'customs', 'norms' сигнализирует о важности определенной совокупности правил, стандартов одобряемого поведения в организации. За счет образования устойчивых знаковых комплексов, реализуемых на уровне словосочетаний с глаголами 'to maintain', 'to reinforce', 'to enforce', отражается необходимость постоянного внимания к ценностно-этической стороне жизни компании со стороны как руководителей, так и обычных сотрудников.

Вместе с тем, рассмотрение феномена корпоративной культуры в контексте научного организационного дискурса характеризуется выдвиганием специального (научного) понятия, которое репрезентирует терминологическое значение, также отражающее ценностно-нормативную специфику организации. Наличие дефиниции понятия в специализированных изданиях справочного характера подтверждает его терминологический характер. Семиотический характер термина проявляется в том, что он передает одно и то же содержание в различных ситуациях профессионального общения, что способствует эффективности передачи научного знания.

Следует отметить роль прагматически ориентированных знаков двузначности – метафорических выражений и когнитивных метафор, непосредственно отражающих многогранную сущностную специфику концептуальной сущности.

Например: *Think of an organization's culture as a virtual soundtrack of the work environment. It's always playing in the background in a con-*

tinuous loop. If it's getting your organization to dance, that's great [3]. Приведенная метафора репрезентирует потенциал корпоративной культуры, рассматриваемой в качестве непрерывно звучащей «виртуальной фонограммы производственной среды», способной заставить эффективно функционировать (т. е. *dance* «танцевать») всю организацию.

Функционально-когнитивные свойства когнитивной метафоры связаны с ее важной ролью в процессе концептуализации действительности в рамках речевой деятельности. Например: *Organizational culture is the personality of the organization* [4]. В данной онтологической когнитивной метафоре сущность метафорической проекции заключается в персонификации абстрактной сущности организации

В процессе концептуализации феномена 'corporate culture' происходит взаимодействие целого ряда концептуальных пространств, связанных с жизнедеятельностью организации как в бизнес-среде, так и в социуме, а именно: 'management', 'marketing', 'business', 'corporation/organization', 'community'. Вследствие динамичности границ концепта и потенциала возможностей развития ассоциативных сфер концепта вышеуказанные концептуальные сущности характеризуются взаимным влиянием друг на друга.

Например, в рамках бизнес-публицистического контекста следует отметить часто употребляемые глаголы, указывающие на характер отношений между корпоративным менеджментом и корпоративной культурой. 'to create', 'to instill', 'to shape', 'to foster', 'to identify', 'to nurture'. Данные словесные знаки, актуализируясь на уровне словосочетаний со словом 'culture', репрезентируют значение целенаправленных действий с преобладанием в плане содержания компонента 'создание, формирование', тем самым, раскрывая потенциал воздействия менеджмента на сферу корпоративной культуры. В свою очередь, безусловно, можно говорить и о влиянии корпоративных ценностно-нормативных директив на корпоративный менеджмент.

Вследствие подвижности границ концепта и реализации потенциала его ассоциативной сферы в процессе языковой объективации наблюдается соприкосновение целого ряда языковых значений, что ведет к репрезентации многообразия вновь возникающих смыслов и, следовательно, появления новых концептуальных пространств.

Например, в результате анализа текстов бизнес-публицистики было обнаружено частое употребление словесного знака 'cubicle' («кабина, небольшое отдельное помещение»). В контексте корпоративной культуры данная языковая единица содержит негативные коннотации, отражающие значение ограниченности и изолированности рабочего места, что в свою очередь актуализирует смысл существующей проблематики корпоративного рабочего места и отношений между сотрудниками. Возникающее новое концептуальное пространство репрезентируется словосочетанием 'cubicle culture', которое, в свою очередь, часто употребляется в окружении номинаций понятия безопасности ('workplace safety') и понятия продуктивности ('workplace productivity').

В контексте корпоративного публичного дискурса в рамках репрезентации концептосферы 'corporate culture' на уровне функционирования языковых знаков в рамках ряда взаимодействующих между собой концептов наблюдается реализация элементов других семиотических систем.

Так, в результате рассмотрения текстов корпоративного сайта компании «Avon» был сделан вывод о том, что с лингвокогнитивной точки зрения семиотическое целое корпоративного веб-сайта компании представлено совокупностью взаимосвязанных между собой языковых и неязыковых знаков. Вследствие актуализации знакового потенциала представленных на корпоративном сайте текстов репрезентация концептосферы 'corporate culture' объективирует разнообразные смысловые ассоциации, связанные с деятельностью современной успешной компании. Например, представленное на сайте компании визуальное изображение зеленого дуба, выступающее иконическим знаком корпоративной символики, и преднамеренное семиотическое выделение ряда заголовков зеленым цветом объективируют идею ассоциирования компании с деревом с мощной кроной и корневой системой. Также следует отметить и функционирование других нелингвистических знаков (присутствие гиперссылок как возможности получения более детальной информации по интересующему вопросу, красочное оформление корпоративного сайта за счет видеороликов и цветных фотографий) как элементов других семиотических систем, выступающих в качестве сопутствующих факторов.

Важно подчеркнуть роль взаимосвязанного функционирования лингвистических и нелинг-

вистических знаков в целях активизации внимания и придания экспрессивной окраски высказыванию. В качестве иллюстрации можно рассмотреть корпоративный слоган 'the company for women', присутствующий на сайте компании «Avon». Выступая иконическим знаком и репрезентируя рекламную направленность содержания сайта, данный слоган манифестирует назначение компании за счет визуального выделения определенного артикля 'the' ярким розовым цветом.

Как уже было отмечено, вследствие актуализации языковых знаков в специфическом контексте можно говорить об использовании особых семиотических приемов. В качестве примера можно рассмотреть семиотический прием выдвигания, присутствующий на сайте компании «Avon» и выполняющий коммуникативно-прагматические функции. Актуализация данного приема осуществляется за счет единства функционирования языковых знаков и частотного употребления нелингвистического знака (выделение зеленым цветом подзаголовков: 'The Global Beauty Leader', 'The Women's Choice for Buying', 'The Premier Direct Seller', 'The Best Place to Work', 'The Largest Women's Foundation', 'The Most Admired Company'). Кроме того, каждый заголовок является знаком, показателем важности, исключительности нижеследующей информации. Выступая

способом активизации внимания, эти визуально и лингвистически выделенные (за счет употребления определенного артикля 'the') знаки репрезентируют главную корпоративную характеристику – исключительность.

Таким образом, в рамках репрезентации концептуальной сущности специфика языкового знака проявляется за счет функционально-когнитивных свойств, приобретаемых в процессе функционирования языковых единиц, в рамках взаимодействия семиотической и концептуальной сфер, обусловленного дискурсивными и контекстуальными особенностями речемыслительной деятельности человека.

Список литературы

1. Вишнякова, О. Д. Функциональные особенности языкового знака в языке и речи (на материале современного английского языка) . автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2003. 49 с.
2. Языкознание. Большой академический словарь / под ред. В. Н. Яревой. 2-е изд. М : Большая Рос. энцикл., 1998. 685 с.
3. Leibowitz, S. Culture As a Soundtrack. URL : http://EzineArticles.com/?expert=Stephanie_Leibowitz.
4. McNamara, C. Organizational Culture. URL : <http://www.management.org>.