

## СЕМИОТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ УПОТРЕБЛЕНИЯ БИЗНЕС-ЭВФЕМИЗМОВ

Работа представлена кафедрой английского языкознания  
Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова.  
Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент М. М. Филиппова

Эвфемизмы, функционирующие в деловом дискурсе, есть знаки. Раскрыть семиотический аспект употребления эвфемизмов можно, учитывая некоторые социо- и экстралингвистические факторы делового общения. Основное семиотическое значение бизнес-эвфемизмов – сигнализировать о скрытом конфликте между провозглашенными моральными принципами и стремлением получить максимальную прибыль.

Ключевые слова: бизнес-эвфемизм, семиотический аспект, деловой дискурс, знак.

Euphemisms operating in business discourse are signs. It is possible to reveal the semiotic aspect of business euphemisms by taking into consideration certain socio- and extralinguistic factors of business communication. The main semiotic meaning of business euphemisms is to show the existence of underlying conflict arising from violation of announced moral principles.

Key words: business euphemism, semiotic aspect, business discourse, sign.

Большинство исследователей согласно, что эвфемизмом является языковая единица, обладающая семантической неопределенностью, позволяющей смягчать негативную оценку денотата; способностью создавать положительную коннотацию у денотата, сохраняя истинность высказывания. Бизнес-эвфемизм – это эвфемизм, функционирующий в деловом дискурсе. Например, «Our *consolidation* will close one store» или «We had to *dehire* your friend». В приведенных предложениях слова *consolidation* и *dehire* являются бизнес-эвфемизмами. Прямым наименованием называемого явления было бы слово *dismissal*.

Эвфемизмы, рассмотренные в контексте филологической семиотики, есть знаки. Наряду с семантическим значением, т. е.

значением, заложенным в сигнификат и присущим слову независимо от контекста, а также коннотациями и оттенками значения, которыми слова могут наделяться в дискурсе и которые раскрываются на метасемиотическом уровне анализа, эвфемизмы обладают и семиотическим значением. В силу того, что семиотическое значение – это обобщенное, зачастую отвлеченное от непосредственного выражения, абстрактное значение, мы будем говорить о семиотическом аспекте употребления эвфемизмов в деловом дискурсе. Пытаясь раскрыть семиотический аспект употребления эвфемизмов, необходимо понимать, что в каждом случае употребления «соотношение содержания и выражения данной языковой единицы (означаемого и означающего) но-

сит не семантический, а семиотический характер, так как семантико-стилистический смысл... не закреплен за некоторым природным, исторически сложившимся единством содержания и материального, социально и исторически обусловленного выражения» [1, с. 139].

По нашему мнению, учет некоторых экстра- и социолингвистических факторов будет способствовать выявлению семиотического аспекта употребления бизнес-эвфемизмов.

Во-первых, учет аксиологического фактора, т. е. совокупности ценностей делового мира, составляющих суть современной идеологии бизнеса.

Во-вторых, учет специфики данной корпоративной культуры.

В-третьих, учет социолингвистической ситуации и социального статуса говорящих.

Ценности и идеология бизнеса формируют мировоззрение участников делового дискурса, которое находит отражение в той части языковой картины мира, которая обслуживает данную сферу деятельности. Языковая картина мира – абстрактный конструкт, является важным носителем информации о национальном мировоззрении. Бизнес-эвфемизмы – метафорически перенесенные слова и термины делового мира – отражают национальную специфику восприятия этого мира. Понимание ценностей и идеологии бизнеса, а также проекция их на современный этап развития приводит к пониманию причин использования эвфемизмов и помогает увидеть их знаковую функцию.

Идеология бизнеса появилась вместе с эпохой капитализма и связана с протестантской этикой, которая пропагандирует индивидуализм. Основными принципами этой идеологии в XIX в. были: усердие (*diligence*), решительность (*resolution*), умеренность (*temperance*), бережливость (*frugality*), искренность (*sincerity*), справедливость (*justice*), честность (*honesty*), свобода (*freedom*), независимость (*independence*) [4, p. 190]. Заработок, накопление, получение прибыли

считались не только положительными стремлениями человека, но и моральными достоинствами, так как они вели к финансовой независимости и свободе личности. Основа социальной этики капитализма – это чувство долга индивидуума по отношению к своим профессиональным обязанностям. «What is most characteristic of the social ethic of capitalistic culture... is an obligation which the individual is supposed to feel and does feel towards the content of his professional activity, no matter in what it consists» [5]. Среди основных принципов идеологии бизнеса мы видим несколько близких по содержанию составляющих: искренность (*sincerity*), справедливость (*justice*), честность (*honesty*).

К сожалению, моральные и этические принципы соблюдаются не всегда. На наш взгляд, они нарушаются в погоне за прибылью. Например, в компании «Энрон» (крупная американская энергетическая компания, обанкротившаяся в 2001 г.) существовал свод этических правил поведения (*code of ethics\**), провозглашающих основополагающие этические категории: уважение, честность, открытость и высокое качество ведения бизнеса. Но эти нормы регулярно нарушались – отменялись или корректировались, когда это было выгодно руководству компании: так, на собрании акционеров в 1991 г. было решено не придерживаться этических норм в интересах сомнительных операций с целевыми компаниями (*SPE transactions*).

Свод этических правил компании также запрещал менеджерам и руководителям работать параллельно в других компаниях, сотрудничавших с компанией «Энрон». Однако компания создавала забалансовые товарищества, целевые компании и заключала с ними сделки, а руководили этими товариществами топ-менеджеры «Энрона». Выдержки из отчета следователя по делу о банкротстве компании указывают на это\*\*. Нарушение основного этического принципа – честности (*integrity*) в ведении бизнеса – привело к банкротству компании.

Таким образом, важная негативная составляющая современной идеологии бизнеса – пренебрежение морально-этическими принципами в угоду прибыли. Однако открыто это правило не провозглашается. Сомнительные операции приходится маскировать эвфемизмами.

Два отрывка из годового отчета компании «Энрон» (annual report 1999), изобилующих жаргонизмами и модными выражениями (buzzwords), переходящими в разряд эвфемизмов, сигнализируют о том, что провозглашаемые стандарты в работе компании носили скорее декларативный характер:

**The fluidity of knowledge and skill throughout Enron increasingly enables us to capture value in the New Economy.**

Our culture of innovation is difficult to duplicate. **Individuals are empowered** to do what they think is best.

Эвфемизмы в деловом дискурсе – это знаки, требующие особого толкования. Их основная семиотическая функция – сигнализировать о существовании скрытого конфликта между этическими принципами и выгодой, т. е. стремлением получить максимальную прибыль. Необходимость использования эвфемизма также указывает на наличие конфликта интересов\*\*\*.

Следует отметить, что само название компании «Энрон» стало знаком, приобрело семиотическое значение. «Names can be viewed as sign situations (знаковые ситуации)» [2, с. 6]. Сейчас оно употребляется как имя нарицательное, служит основой для создания производных слов: например, Enronesque, Enron's business-model («Given these latest developments, the question of the moment is whether AIG is headed for an Enronesque meltdown» [www. Business >> Accounting >> Evaluation of Accounting](http://www.Business >> Accounting >> Evaluation of Accounting)), the Enrons of the world (Harvard Business Review, February, 2008), а также «синдром Энрона» (потенциальная коррумпированность капиталистических институтов), «энронизация экономики» (вывод из-под эффективного общественного контроля важнейших отраслей экономики). Семи-

отическое значение данного имени, по нашему мнению, состоит в том, что оно является символом краха, приговором сомнительным финансовым пирамидам. Имя также символизирует наступление виртуального будущего, где многое «виртуально» в значении «лишь видимо, но нереально». Так, политики, лоббировавшие интересы компании, играли роль защитников общественного блага, а в реальности подкупались компанией; аудиторы имитировали финансовую проверку, а в реальности зависели от компании, так как получали премии и бонусы за работу и являлись ее консультантами; регулирующие органы только делали вид, что осуществляют контроль; статистика прибылей скрывала громадные убытки.

Таким образом, отступление от этических норм в бизнесе требует использования эвфемизмов в бизнес-дискурсе.

На базе идеологии бизнеса формируется корпоративная культура конкретной организации. Корпоративная культура – это «сложный комплекс предположений, бездоказательно принимаемых всеми членами конкретной организации, и задающий общие рамки поведения, принимаемые большей частью организации. Проявляется в философии и идеологии управления, ценностных ориентациях, верованиях, ожиданиях, нормах поведения. Регламентирует поведение человека и дает возможность прогнозировать его поведение в критических ситуациях» (Т. Ю. Базаров).

Корпоративная культура находит отражение в дискурсе и может стимулировать использование эвфемизмов. Эвфемизация бизнес-дискурса как элемент корпоративной культуры указывает на ее упадок.

На примере компании «Энрон» видны проблемы современной корпоративной культуры, ее деградация. Конфликт между меркантильными интересами и этическими требованиями честности и порядочности привел к тому, что компания как бы существовала в двух параллельных мирах: реальном и идеальном. Идеальный мир создавал-

ся фондовым рынком, биржей, финансовым трейдингом, осуществляемым в сети Интернет. Для успешной деятельности компании был необходим высокий рейтинг на фондовой бирже и в деловом мире в целом. С этой целью использовались изощренные финансовые схемы, творческая бухгалтерия, создавались целевые компании (SPEs), о которых упоминалось выше. Реальные цели подменялись идеальными: важно было не то, как обстоят дела на самом деле, а то, как они выглядят в виртуальном мире – в бухгалтерских книгах компании, на бирже, в представлении инвесторов. Маскировать подобную деятельность в течение нескольких лет удавалось с помощью бизнес-эвфемизмов – словосочетаний, составленных по законам языка делового общения, принадлежащих данной терминосистеме.

Подобный культурный контекст компании разрушил корпоративный дух: вместо идеи «мы – дружная команда единомышленников» появилась концепция наемников «умри ты первый». Так, в компании была система «оценки достижений» (performance review), согласно которой сотрудникам предлагалось оценить трудолюбие сослуживцев. 15% самых нерадивых служащих ежегодно увольнялись из компании.

Таким образом, на примере компании «Энрон» видно, что принятая в компании корпоративная культура, отраженная в дискурсе, может способствовать эвфемизации делового дискурса.

Далее для понимания знакового аспекта употребления эвфемизма необходимо рассматривать социолингвистическую ситуацию, в которой используется эвфемизм, в частности обратить внимание на статус говорящих. «...there is every reason to generalize and to state that linguistic variation in general has got a specifically semiotic character, because more often than not the choice of this or that variant is socially conditioned, and, therefore, may be regarded as a sign of the speaker's social status» [3, с. 25].

Как известно, речь служит важной характеристикой социального статуса чело-

века. Мы склонны считать употребление эвфемизма говорящим признаком его чувствительности к своему статусу. Чем выше статус говорящего, тем жестче его контроль над речевой ситуацией и, следовательно, тем вероятнее употребление эвфемизма в ситуации, когда приходится касаться неблагоприятных практик, сомнительных тем – стигматичных денотатов. Например, президент компании Кеннет Лей (Kenneth Lay) в ответ на критику журналистами компании, получившей огромные преимущества от либерализации рынка энергоносителей (the deregulation and commodification of things such as energy) и использующей эти преимущества для получения огромных прибылей и манипуляции рынка, писал: «The broader goal of [Krugman's] latest attack on Enron appears to be to discredit the free-market system, a system that entrusts people to make choices and enjoy the fruits of their labor, skill, intellect and heart. He would apparently rely on a system of monopolies controlled or sponsored by government to make choices for people. We disagree, finding ourselves less trusting of the integrity and good faith of such institutions and their leaders». (Lay, Ken. Defending free markets (response to August 17, 2001 article). The New York Times. August 22, 2001. Здесь К. Лей пытается отождествить компанию «Энрон» со всем свободным рынком и его ценности распространить на компанию. После такого сравнения критика компании и в ее лице всего свободного рынка покажется читателю неуместной.

Итак, эвфемизация речи может быть сигналом того, что говорящий чувствителен к теме сообщения, т. е. означаемое в сообщении, по его мнению, требует дополнительной кодировки. На примере деятельности и банкротства компании «Энрон» прослеживаются темы, которые требовали такой кодировки: финансовая отчетность, сложные финансовые и торговые схемы, банкротство.

Подытожим сказанное: эвфемизмы находят широкое применение в современном

деловом дискурсе. Можно говорить о семиотическом аспекте употребления эвфемизмов, раскрыть который помогает учет некоторых экстра и социолингвистических факторов, таких как ценностные ориентиры современного бизнеса, специфика конкретной корпоративной культуры, социолингвистическая ситуация, социальный статус говорящего. Нарушение провозглашенных морально-этических принципов создает такую коммуникативную ситуацию, в которой употребление эвфемизмов становится неизбежным. Эвфемизация делового дискурса, в свою очередь, сигнализирует о наличии коммуникативного конфликта.

Принятая в компании корпоративная культура диктует соответствующие языковые модели поведения. Эвфемизация делового дискурса указывает на упадок корпо-

ративной культуры. Однако данная языковая стратегия может быть и простым проявлением общеязыковых особенностей, присущих деловому общению во всех англоязычных странах, как в данном примере: «...first rule of recession is you do not talk of recession. The preferred terms are «softening», «crunch», «correction», and best of all «interesting», as in «This is an interesting time»». Nick Paumgarten. *The New Yorker*. February 18, 2008.

Знаковый характер использования эвфемизмов в деловом дискурсе выражается также в указании эвфемизмом на двусмысленность, или сомнительность темы сообщения, в силу чего требуется дополнительная его кодировка в виде эвфемизма. Конкретные примеры эвфемизмов сигнализируют об особом отношении говорящего к теме сообщения.

#### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Назарова Т. Б. Филология и семиотика. М., 2003.
2. Назарова Т. Б. Словарь общеупотребительной терминологии английского языка делового общения (DGBT). М., 2002.
3. Akhmanova O., Idzelis R. *Linguistics and Semiotics*. M., 1979.
4. Albert H. Smyth. *The Writings of Benjamin Franklin*, 3 vol., New York. The Macmillan.
5. Weber M. *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Unwin Hyman, London & Boston, 1930; <http://www.marxists.org/reference/archive/weber/protestant-ethic/index.htm>

#### **ПРИМЕЧАНИЯ**

\* RESPECT: We treat others as we would like to be treated ourselves. We do not tolerate abusive or disrespectful treatment. Ruthlessness, callousness, and arrogance don't belong here.

INTEGRITY: We work with customers and prospects openly, honestly and sincerely. When we say we will do something, we will do it; when we say we cannot or will not do something, we won't do it.

COMMUNICATION: We have an obligation to communicate. Here, we take the time to talk with one another... and to listen. We believe that information is meant to move and that information moves people.

EXCELLENCE: We are satisfied with nothing less than the very best in everything we do. We will continue to raise the bar for everyone. The great fun here will be for all of us to discover just how good we can really be. Enron's 1998 Annual Report, «Our Values»:

\*\* «Although it was the “independent third party” in some of the SPE transactions, LJM2 was actually an entity controlled and managed by senior officers of Enron». – Несмотря на то, что в некоторых сделках со специальными юридическими лицами присутствовало независимое третье лицо, LJM2 в реальности была компанией, контролируемой и управляемой высшим руководством Энрона. From «Final report of Neal Batson, court-appointed examiner of Enron's transactions which led to its bankruptcy». November 4, 2003.

\*\*\* Пример конфликта интересов: компания Arthur Andersen LLP не только участвовала в разработке схем деятельности корпорации, т. е. консультировала «Энрон», получая в виде премий акции «Энрон», но и являлась внешним аудитором «Энрон». В преддверии катастрофы Arthur Andersen уничтожила огромное количество чувствительной документации, относящейся к «Энрон». «The

Andersen team handling the Enron audit directly contravened the accounting methodology approved by Andersen's own specialists working in its Professional Standards Group. In opposition to the views of its own experts the Andersen auditors had advised Enron in the spring of 2001 that it could use a favorable accounting method for its «special purpose entities». Andersen employees on the Enron engagement team were instructed by Andersen partners and others to destroy immediately documentation related to Enron, and told to work overtime if necessary to accomplish the destruction. During the next two weeks an unparalleled initiative was undertaken to shred physical documentation and delete computer files». Indictment: US. v. Arthur Andersen, LLP.