

УДК 81'373.49

## МЕЖКУЛЬТУРНАЯ ТОЛЕРАНТНОСТЬ КАК СТРАТЕГИЯ ЭВФЕМИЗАЦИИ В ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ

Сидельникова Е.А.

*ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», Ставрополь, Россия (355009, г. Ставрополь, ул. Пушкина 1), e-mail: e.sidelnikova\_7@mail.ru*

В данном исследовании анализируются основные способы языкового выражения в газетно-публицистическом экономическом дискурсе, используемые авторами сообщений во избежание речевого дискомфорта, грубости и нанесения морального ущерба участникам коммуникации. Социокультурно обусловленный запрет на использование определенных именованных и правила корректного речевого поведения можно считать причиной пополнения лексического состава языка эвфемизмами как средством реализации толерантного отношения, терпимости к мнению партнера / конкурента, свидетельством умения считаться с другой позицией и интересами, воспринимать их как законные и правомерные, в противоположность интолерантности как разрушению иерархии ценностей, поведенческих образцов, жесткой критике экономических практик в отношении стратегических союзников с учетом исключительно собственных интересов и выгод, делающих общество более конфликтным и менее плюралистичным.

Ключевые слова и фразы: газетно-публицистический экономический дискурс, эвфемизация, толерантность, дисфемизация, интолерантность

## CROSS-CULTURAL TOLERATION AS A STRATEGY OF EUPHEMISATION IN BUSINESS DISCOURSE

Sidelnikova E.A.

*North-Caucasus federal university, Stavropol, Russia (355009, Stavropol, Pushkina St. 1), e-mail: e.sidelnikova\_7@mail.ru*

This research studies and analyzes the main ways of linguistic expression in journalistic economic discourse used by authors in messages to avoid discomfort, rudeness and moral damage to participants of communication. The ban on the use of certain naming and rules of correct speech behavior conditioned by social culture can be considered as the reason for the replenishment of the lexical structure of language with euphemisms, as the realization of toleration to the partner's / competitor's opinion; the ability to respect other people's positions and interests, perceive it as legal and rightful. All this is opposed to intolerance as the destruction of the hierarchy of values, behavioral patterns, economic practices severe criticism against strategic allies, taking into account only its own interests and benefits, making society more conflict and less pluralistic.

Keywords: journalistic economic discourse, euphemism, toleration, dispheism, intolerance

Социально-экономическое развитие стран на международной арене во многом зависит от успешного формирования культуры переговоров, искусства поиска компромиссов, продуктивной конкуренции между различными финансово-промышленными группами, сферами малого и среднего бизнеса в условиях модернизации экономики государств. В экономической сфере фундаментом является прагматическая функция толерантности как социальной нормы, определяющей баланс интересов конкурирующих сторон. Так, в процессе переговоров любые проявления интолерантности ведут к коммуникативной неудаче. Коммуникативные значения не содержат какой-либо информации о непосредственном предмете речи, о ее денотатах или субъективной оценке, а относятся к организации, строению и целеустановкам самого коммуникативного процесса [3]. Тем самым, анализ влияния роли культуры переговоров как проявления социальных норм

толерантности на экономику развитых стран позволяет утверждать, что воспитание толерантности требуется не только для повышения терпимости друг к другу разных слоев общества, но и для качественного роста эффективности современной экономики. Обучение студентов толерантности может быть внедрено в содержание таких дисциплин, как «Межкультурная коммуникация», «Экономический дискурс», «Политический дискурс», получив статус одной из задач современной методики высшего профессионального образования.

Отечественные исследователи в области лингвистики определяют институциональный деловой дискурс как сложный объект, имеющий ряд институциональных и когнитивно-лингвистических особенностей, отличающих его от всех других типов дискурса; это процесс творческого следования норме, которая диктуется и познается через сложную и многомерную «профессиональную» картину мира, актуализированную через базисные понятия деловой культуры, профессионально направленные идеи и концепты, нормы институционального и межличностного поведения, детерминирующие деловое общение, ценностные ориентации; схемы, фреймы стереотипных ситуаций, формулы; специальный тезаурус (например, слова-сигналы). Все это знания, которые вербализуются в текстах профессиональной направленности на лингвокогнитивном уровне [5]. Именно социальный институт «деловое сообщество» детерминирует использование языка, «вживляет» определенные знания и представления в личность каждого участника делового сообщества, диктует стратегии и тактики взаимодействия социальных групп и индивидов [5].

Разновидность дискурса, представленная интегративной совокупностью газетно-публицистических текстов, содержательно связанных экономической проблематикой, объединенных в коммуникативном и функционально-целевом отношении, оценочно отражающих / рефлектирующих опосредованно (через журналиста / специалиста в области экономики) относительно актуальных экономических событий и социально значимых явлений с целью воздействия на массового адресата и формирования общественного мнения определяется нами как газетно-публицистический экономический дискурс (далее – ГПЭД). Подробному анализу ГПЭД посвящена научная статья Серебряковой С.В. и Сидельниковой Е.А. «Communicative and Pragmatic Peculiarities of Metalinguistic Comment of Semantic Ambiguity in Financial Crisis Reports within Journalistic Economic Discourse» [6].

Американский ученый Р. Гудин в своей книге «Политики-манипуляторы» высказывает мысль о том, что истина, как правило, менее привлекательна, чем иллюзия, поэтому успех воздействия во многом зависит не от того, как представить истину, а от того, как сконструировать иллюзию (Гудин, 1980). В процессе порождения объективной /

блокирования нежелательной информации автор газетного текста осуществляет осмысленный, целенаправленный, интенционально обусловленный выбор языковых единиц, описывающих коммуникативную ситуацию. «Под правилами отбора языковых средств и построения высказываний (текстов) в различных типичных ситуациях общения с разной коммуникативной интенцией в определенном обществе в данный исторический период его развития принято определять коммуникативно-прагматическую норму» [1].

Явление эвфемизации рассматривается нами в качестве стратегии газетно-публицистического экономического дискурса, так как основной целеустановкой авторов сообщений является заблокировать нежелательную информацию посредством коммуникативно-прагматической нормы во избежание социально-экономических конфликтов; смягчить / затемненно обозначить неоправданные действия в сфере экономики и создать благоприятные условия для бесконфликтного диалога, обеспечив тем самым манипулятивное воздействие. На основании данного свойства эвфемизации можно провести параллель с функциями межкультурной толерантности, опосредованной текстом: проявление уважения и понимания к особенностям культуры той или иной социальной группы, стремление к компромиссу и сглаживанию противоречий; терпимость к мнению партнера / конкурента; умение считаться с чужими позициями и интересами, воспринимать их как законные и правомерные. Все это достигается при соблюдении коммуникативно-прагматических норм.

Общее направление изменений, которые получают дальнейшее развитие и в современный период, можно определить как демократизацию языка масс-медиа. Возникает новый стиль выражения, характеризующийся свободой мышления и выбора языковых средств, отказом от стереотипов. Резко расширяется коммуникативно-информационный лексикон, в него вливаются разговорная речь, язык улицы, жаргоны. Одна из основных тенденций в развитии языка современных качественных СМИ – усиление информативности. Значительные изменения в строе языка ньюсмейкеров обусловлены стремлением отказаться от сухого, официально-книжного, обезличенного и унифицированного языка прошлого. Наблюдается явная тенденция излагать мысль, строить сообщение без оглядки на традиции, исходя лишь из характера сообщения и прагматической установки, избегая готовых форм речи (см. работы: Райверс, 1995; Оломская, 2010 и др.). Это привело к появлению значительного количества дисфемизмов, которые образовали целый языковой пласт. К такому выводу мы пришли в работе «Прагматический потенциал тактик, реализующих стратегии эвфемизации / дисфемизации», анализ эмпирического материала которой, помог выявить, что газетно-публицистический экономический дискурс реализует, в первую

очередь, свою основную функцию – порождение релевантной информации, что свойственно дисфемизмам [4].

В нашем понимании «экономический дисфемизм» есть слово или выражение, появляющееся в результате прагматической обработки информации с целью привлечь внимание читающей аудитории к нежелательному / запретному, вуалировавшемуся ранее понятию, придать экономическому событию негативно-разоблачительную смысловую нагрузку, усилить экспрессивность речи, обеспечить желаемый прагматический эффект и осуществить целенаправленное воздействие на читателя. [6]. Данное явление способно порождать прагматически значимую информацию критического характера, разоблачать действия лиц, принимающих участие в коммуникативном процессе планирования, управления экономикой, что, по нашему мнению, соответствует стратегии дисфемизации как процессу. Поскольку данное свойство характерно языковой единице, противоположной эвфемизму, т.е. дисфемизму, значит оно по коммуникативно-прагматической нагрузке противоположно и толерантности, т.е. характерно интолерантности.

Так, под интолерантностью в текстах, освещающих экономические события в мире, мы понимаем разрушение иерархии ценностей, поведенческих образцов, жесткую критику экономических практик в отношении стратегических союзников с учетом исключительно собственных интересов и выгод, что делает общество более конфликтным и менее плюралистическим.

В сложившихся сложных экономических условиях взаимоотношения между странами (обусловленных рядом санкций 2014 / 2015 годов) с различными ценностными системами и уровнями социального развития для представления информации в ГПЭД необходима разработка новых принципов международного гармоничного диалога. В задачи данной работы входит определение способов языкового выражения, используемых авторами сообщений (на момент исследования) во избежание речевого дискомфорта, грубости и нанесения морального ущерба коммуникантам. В качестве эмпирической базы для исследования газетно-публицистического экономического дискурса послужат тексты главным образом диалогических жанров, жанра новостной информации и ситуативно-аналитических жанров. В целом нами было проанализировано 60 контекстов из газеты «Коммерсантъ» и журнала «Коммерсантъ Деньги» издательского дома Коммерсант (рубрика Экономика) на русском языке. Период публикации материалов охватывает 2014 и 2015 годы (по 30 единиц анализа соответственно).

Приведем несколько примеров, демонстрирующих проявление **толерантности** со стороны авторов сообщений из нашей картотеки с целью их лингвопрагматической интерпретации. Так, в контексте из статьи «Российская «зеленая карта» стала полноправной»

было зафиксировано эвфемизированное мнение главы русского бюро господина Разувана, который описывает экономическую ситуацию вокруг санкций, наложенных на РФ следующим образом:

*... Изначально страны Старой Европы проявляли больше здравого смысла и приверженность неполитическим принципам, а часть наших ближайших соседей находилась в плену политических эмоций»* («Коммерсантъ», 04.06.2015).

Соблюдая нормы толерантности, автор новостной информации обвиняет страны в том, что они не оказывают поддержку России и придерживаются политики США. Такие выражения, как *проявляли больше здравого смысла и приверженность неполитическим принципам*, а также метафора *находилась в плену политических эмоций*, позволяют оправдать невольные действия ближайших соседей.

Автор статьи «Новые санкции против России прошли согласование» Г. Дудина, используя стратегию эвфемизации, выражает критическую точку зрения относительно мнения руководства Евросоюза о роли России в решении украинского вопроса.

*Тем самым Евросоюз продемонстрировал, что его руководство по-прежнему блуждает в политическом зазеркалье и фактически посылает сигнал прямой поддержки “партии войны” в Киеве, которую не устраивают итоги минской встречи»* («Коммерсантъ», 08.09.2014).

Так, толерантная по смысловой нагрузке языковая единица *блуждает в политическом зазеркалье*, выраженная метафорой, ослабляет негативную оценку того, что руководство Евросоюза закрывает глаза на происходящее в Украине, тем самым представляя Россию виновником сложившейся ситуации.

Во избежание конфликта Е. Крючкова и О. Мордюшенко в статье «Белый дом готовится к пересчету деревьев» вуалируют денотат эпитета *серых производителей*, что позволяет говорить об использовании стратегии эвфемизации, а значит попытки избежать коммуникативного конфликта:

*По их словам, принятые меры вряд ли будут иметь практический смысл в условиях существования большого количества серых производителей»* («Коммерсантъ», 23.09.2014).

Создать гармоничное сообщение автору А. Беленькому удастся посредством антитезы: *что совершенно очевидно для заднего ума, передний часто не схватывает*, *литоты не были идиотами*, *олицетворения беда не постучалась в дверь, а неожиданно выбила ее*:

*То, что совершенно очевидно для заднего ума, передний часто не схватывает. Это потом все и всем сразу становится давно понятным. Судовладельцы не были идиотами. Они знали, что времена скоро изменятся. Но беда, которую они ждали лет через десять и к которой рассчитывали подготовиться, не постучалась в дверь, а неожиданно*

*выбила ее могучим ударом молодого плеча* (Техника на грани Атлантики, «Коммерсантъ Деньги», 11.05.2015).

В завуалированной информации принцип толерантности соблюдается по отношению к судовладельцам-основателям, которые так и не успели предпринять какие-либо действия против конкурентов, в лице *молодого плеча* (с лингвистической точки зрения это – эпитет), вытесняющих их благодаря быстрой реакции на изменения в данной системе рынка.

В следующих контекстах продемонстрируем выявленные нами в газетно-публицистическом экономическом дискурсе примеры **интолерантности**. Так, в статье «RBS и Nomura уличили в обмане инвесторов» от 12.05.2015 Николай Зубов, ссылаясь на слова сотрудников банка и, таким образом, снимая с себя ответственность, пишет:

*Свое решение судья Коут вынесла в том числе на основе огромного количества внутренних сообщений сотрудников банков, которые буквально смеялись над теми бумагами, которые предлагали инвесторам. «Да это просто дерьмо!» – написал один сотрудник Nomura другому, говоря об этих ценных бумагах* («Коммерсантъ»).

Дисфемизм *Да это просто дерьмо!* в интолерантной форме передает реальное отношение сотрудников банка к предоставляемым ими услугам. Пренебрежение коммуникативно-прагматической нормой, несомненно, порождает конфликтную ситуацию, которая приведет к потере инвесторов банком Nomura.

Александр Воронов, автор статьи «Нищих в метро предлагают штрафовать на 5 тыс. рублей», не скрывает своего негодования по поводу проявленной интолерантности со стороны полиции к людям, попавшим в трудное финансовое положение, передавая информацию критического характера такими языковыми единицами, как *примечательно, все-таки можно*:

*Тогда свой законопроект в Мосгордуме представляла столичная полиция, предложившая увеличить штрафы для  **Попрошаек** в общественных местах до 0,5-1 тыс. руб., а жестче всего наказывать  **профессиональных нищих** в метрополитене – штрафами до 5 тыс. руб. Примечательно, что полицейские тогда предложили чиновникам определить список мест, где просить милостыню все-таки можно* («Коммерсантъ», 11.03.2015).

Дисфемизмы  *Попрошаек, профессиональных нищих* нарочито подчеркивают, что полицейские не справляются с нелегитимными действиями просящих милостыню.

Артем Никитин в журнале «Коммерсантъ Деньги» сообщает:

*Себестоимость килограмма картошки – 5-6 руб. К потребителю она попадает по цене в 5-10 раз выше. Разница оседает в карманах армии посредников, большинство которых еще и не платят налоги* (Танцы с клубнями, 22.06.2015).

Отрицательное отношение к системе купли-продажи выражено посредством разоблачительного свойства дисфемизма, содержащегося в языковых единицах *Разница оседает в карманах* (выражено олицетворением) и *армии посредников* (гипербола с негативной коннотацией).

Таким образом, выявленные нами 17 контекстов, реализованных при помощи стратегии дисфемизации, что составляет 28% от общего количества единиц анализа, и 43 контекста при помощи эвфемизации – 72% в сообщениях, позволяют нам определить жанр «новостная информация» как показатель «0»-ой отметки, стремящийся к «минусу», т.е. к эвфемистичному способу изложения информации, что способствует созданию бесконфликтного диалога. Информация в диалогических жанрах представлена, преимущественно, завуалировано, тогда как в ситуативно-аналитических жанрах авторы сообщений чаще описывают экономические события интолерантно.

Опираясь на концепцию Т.Г. Добросклонской [2, 10], представим исследуемые нами жанры ГПЭД по степени частотности реализации в них стратегий эвфемизации / дисфемизации (толерантности / интолерантности) в виде нижеследующей условной шкалы:



*Схема 1. Жанровая обусловленность реализации стратегий эвфемизации / дисфемизации в российских СМИ*

Таким образом, социокультурно обусловленный запрет на использование определенных именованных и правила корректного речевого поведения можно считать причиной пополнения лексического состава языка эвфемизмами как эквивалентными номинациями с нейтральной оценочной нагрузкой, способными обеспечить благоприятные условия для бесконфликтного диалога. А теоретические знания о значении и способах проявления толерантности в деловом дискурсе, полученные студентами вузов разных специальностей (как экономистов, так и лингвистов-переводчиков), будут способствовать повышению эффективности работы по совершенствованию межкультурной коммуникации, в том числе и иноязычной, в будущей профессиональной деятельности.

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ. «Толерантность как компетентностная составляющая коммуникативно гибкой языковой личности в условиях поликультурного Северо-Кавказского региона», проект № 15-04-00126*

### Список литературы

1. Анисимова Е. Е. Коммуникативно-прагматические нормы // Филологические науки. – М., 1988. – № 6. – С. 64-69.
2. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). – Изд. 2-е, стер. – М.: УРСС, 2005. – 288 с.
3. Серебрякова С. В., Сидельникова Е.А. Коммуникативная обусловленность вербализации концепта «кризис» в экономическом дискурсе // Вестник МГОУ Серия «Лингвистика». – 2012. – №3. – С. 64-70.
4. Сидельникова Е. А. Прагматический потенциал тактик, реализующих стратегии эвфемизации / дисфемизации // Филология. Востоковедение. Журналистика / Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. 9. Выпуск 2, 2013. – С. 166-174.
5. Ширяева Т. А. К вопросу о статусе дискурса // Вестник ПГЛУ, 2006. – 49-55 с.
6. Serebryakova S. V., Sidelnikova E. A. Communicative and Pragmatic Peculiarities of Metalinguistic Comment of Semantic Ambiguity in Financial Crisis Reports within Journalistic Economic Discourse // Journal of Educational and Social Research / Rome, Italy – 2015. – Vol. 5, № 2. – P. 73-79.

### Рецензенты:

Серебрякова С.В., д.фил.н., профессор, заведующий кафедрой теории и практики перевода Гуманитарного института ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь;

Бредихин С.Н., д.фил.н., доцент кафедры теории и практики перевода Гуманитарного института ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь.