

ТЕМАТИЧЕСКИЕ ГРУППЫ ЭВФЕМИЗМОВ В ЕЖЕГОДНОМ ОТЧЁТЕ КОМПАНИИ APPLE INC.

Пагуляй Е.А.,

студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Шеверинова О.В., канд. филол. наук, доцент

Корпоративные экономические отчёты оказывают сильное влияние на коммуникацию между компаниями и заинтересованными сторонами, включая инвесторов, партнеров и клиентов. Они не только предоставляют актуальную информацию о финансовом состоянии и результатах деятельности организаций, но и формируют общественное восприятие бизнеса в целом.

Актуальность нашей темы обусловлена тем, что в период глобальных экономических трудностей управление репутацией выходит на первый план. Особую роль играют эвфемизмы – лингвистические приемы, позволяющие представить неприятные корпоративные события (падение прибыли, реструктуризацию с увольнениями) в нейтральном или даже позитивном ключе. Их использование помогает удержать лояльность инвесторов и общественности, поэтому изучение эвфемизации становится необходимым для понимания современных деловых текстов.

Цель данной работы – выявить особенности тематической репрезентации эвфемизмов, использованных в ежегодном корпоративном отчёте компании Apple Inc [1].

Материал и методы. Материалом исследования послужили работы лингвистов и филологов (Л. П. Крысин, Е. П. Сеничкина и др) и эвфемизмы, выявленные в ежегодном отчёте компании Apple Inc. Использовались следующие методы: лингвистический анализ, контент-анализ, интерпретационный анализ и описательно-аналитический методы.

Результаты и их обсуждение. В «Большой советской энциклопедии» имеется следующее определение эвфемизма: «Эвфемизм (от греч. euphémia – воздержание от неподобающих слов, смягчённое выражение) замена грубых или резких слов и выражений более мягкими, а также некоторых собственных имён – условными обозначениями» [2, с. 560]. В «Малом академическом словаре» понятие эвфемизм имеет следующее определение: «Эвфемизм, – а, м. Слово или выражение, употребляемое взамен другого, которое по каким-л. причинам неудобно или нежелательно произнести (по причине его грубости, оскорбительности, невежливости и т.д.), например, «ждет ребенка», «в интересном положении» вместо «беременна» и т.д.» [3]. О.С. Ахманова в лингвистическом словаре определяет эвфемизмы как «эмоционально нейтральные слова или выражения, используемые вместо синонимичных им слов и выражений, которые кажутся говорящему неприличными, грубыми или нетактичными» [4, с. 592].

Таким образом, существует множество определений слова «эвфемизм», однако все они сходятся к одному: эвфемизм – это слово или выражение, которое смягчает более грубое или нежелательное выражение [5].

В настоящее время в лингвистике также нет и единого подхода к классификации эвфемизмов: типы классификаций варьируются в зависимости от аспекта, положенного в основу. Так, например, Л.П. Крысин выделяет две сферы эвфемизации: личную и социальную, которые в свою очередь затрагивают следующие темы: физиологические процессы и состояния, части тела, связанные с «телесным низом», отношения между полами, болезнь и смерть, дипломатия, сфера распределения и обслуживания, отношения между национальными группами и др. [6].

В процессе анализа экономического отчёта компании Apple Inc. мы выделили 82 эвфемизма. В качестве основы для классификации выделенных эвфемизмов использована классификация Л. П. Крысина. Таким образом, нами выделены следующие тематические группы:

1) дипломатия (38 единиц): *adverse outcome* ‘неблагоприятный исход’, *financial instability* ‘финансовая нестабильность’, *negative financial news* ‘негативные финансовые новости’ и т.д.;

2) сфера распределения и обслуживания (10 единиц): *ability to effectively stimulate demand* 'способность эффективно стимулировать спрос', *accumulated deficit* 'накопленный дефицит', *shortages* 'недостаток' и т.д.;

3) отношения между группами (3 единицы): *change a supplier* 'изменить поставщика', *consolidation within a particular industry* 'консолидация в рамках определенной отрасли', *imitate* 'имитировать'.

Вместе с тем, предлагаемые ученым для классификации тематические сферы нами дополнены следующими группами:

1) бухгалтерский учет и оценка активов (11 единиц): *write-down* 'уменьшение стоимости', *writeoff* 'списание', *unrealized losses* 'нереализованные убытки' и др.;

2) корпоративные стратегии и управление (8 единиц): *Share Repurchase Program* 'Программа выкупа акций', *Capital Return Program* 'Программа возврата капитала', *Resulted in changes to the Company's business practices* 'Привели к изменениям в деловой практике компании' и др.;

3) налоговые и юридические споры (2 единицы): *unrecognized tax benefits* 'непризнанные налоговые обязательства', *remain subject to examination* 'остаются предметом проверки', *funded into escrow* 'переведены на условный депозитный счет' и др.;

4) универсальные эвфемизмы для сокрытия деталей (4 единицы): *other* 'прочее', *issues* 'проблемы', *challenges* 'вызовы', *barriers* 'барьеры'.

Заключение. Таким образом, анализ тематических групп эвфемизмов, использованных в ежегодном отчете компании Apple Inc., выявил их широкое распространение и многообразие. Наиболее многочисленной оказалась категория дипломатических эвфемизмов, что свидетельствует о особой важности этого аспекта в корпоративной коммуникации. Использование эвфемизмов помогает создавать более позитивное и управляемое восприятие в условиях экономической нестабильности, что подтверждает их стратегическую значимость. Таким образом, полученные результаты демонстрируют, что эвфемизмизация является важным инструментом современной корпоративной коммуникации, при этом её активное применение отражает практики адаптации информации для сохранения доверия инвесторов и общественности.

1 Apple Inc. Annual report (Form 10-K) for the fiscal year ended September 24, 2022 / Apple Inc. – 2022. – URL: <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/320193/000032019322000108/aapl-20220924.htm> (date of access: 11.11.2025).

2 Большая советская энциклопедия : в 30 т. / гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-е изд. – М. : Советская энциклопедия, 1978. – Т. 29 : Чаган – Экс-ле-Бен. – 697 с.

3 Эвфемизм // Малый академический словарь [Электронный словарь]. – URL: <https://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/30/ma474605.htm> (дата обращения: 06.03.2026).

4 Эвфемизм // Лингвистический энциклопедический словарь / Ин-т языкознания АН СССР; Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М. : Сов. энцикл., 1990. – С. 592.

5 Рубникович, А. А. К проблеме определения понятия «эвфемизм» / Рубникович А. А. ; науч. рук. Шеверина О. В. // На пороге открытий : материалы IV Международной научно-практической конференции высокомотивированных и одаренных студентов и учащихся, Витебск, 27 февраля 2025 г. : текстовое электронное издание. – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2025. – С. 243-247. URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/46677> (дата обращения: 06.03.2026).

6 Крысин, Л. П. Эвфемизмы в современной русской речи / Л. П. Крысин // Русистика. – Берлин, 1994. – № 1/2. – С. 28–49.

ПРЭЦЭДЭНТНЫЯ ФЭНОМЕНЫ ЯК СРОДАК ПРЫЦЯГНЕННЯ ЎВАГІ Ў ЗАГАЛОЎКАХ СУЧАСНЫХ СМІ

Петрачэнка Ю.Д.,

студэнтка 4 курса ВДУ імя П.М. Машэрава, г. Віцебск, Рэспубліка Беларусь

Навуковы кіраўнік – Бабіч Ю.М., канд. філал. навук, дацэнт

Не сакрэт, што поспех журналісцкай публікацыі шмат у чым залежыць ад яе заглаўка, бо назва з'яўляецца злучальным звяном паміж суб'ектам (СМІ) і аб'ектам (аўдыторыяй). У свеце адбываецца імклівае павелічэнне інфармацыйнага патоку, а таксама змянам падвяргаюцца патрабаванні чытачоў да публікацый сучасных СМІ. Менавіта гэты прымусе многія друкаваныя выданні ствараць электронныя варыянты і эксперыменты-