

## **ПРАВСТВЕННО-ЭТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЯЗЫКА БИЗНЕСА В МЕТАФОРИЧЕСКОМ ОТРАЖЕНИИ КАРТИНЫ МИРА ЭКОНОМИКИ**

**Н. Ю. Бородулина, И. Е. Ильина, М. Н. Макеева**

*ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный технический университет», г. Тамбов, Россия*

*Рецензент д-р пед. наук, профессор Р. П. Мильруд*

**Ключевые слова:** аксиология; бизнес; духовность; метафора; мораль; нравственность; социум.

**Аннотация:** Проанализировано соотношение понятий «мораль» и «бизнес» в диахроническом аспекте. Отмечено, что процессы экономической жизнедеятельности неизбежно соприкасаются с понятием «духовность». Уделено внимание отражению нравственно-этического потенциала языка бизнеса через использование антропоцентрических метафор и метафор, основанных на религиозной, мифологической и исторической символика. С помощью данных моделей язык экономики получает в настоящее время нравственно-этическое выражение и включает в себя компоненты духовности. Показана роль метафор в обеспечении взаимосвязи экономического мира с нравственными и этическими ценностями, характерными для современного социума.

### **Введение**

На протяжении всей истории развития филологии и проведения исследований текстов экономического характера учеными неоднократно поднимался вопрос о взаимоотношении морали и духовности, с одной стороны, и понятия «экономика», а позднее «бизнес», с другой. В данной дихотомии четко выделялись две противоположные точки зрения:

- 1) мораль и бизнес не совместимы;
- 2) развитию экономических процессов способствует духовное обособление.

---

Бородулина Наталья Юрьевна – доктор филологических наук, профессор кафедры «Иностранные языки и профессиональная коммуникация»; Ильина Ирина Евгеньевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры «Иностранные языки и профессиональная коммуникация», e-mail: ser\_il@mail.ru; Макеева Марина Николаевна – доктор филологических наук, профессор кафедры «Иностранные языки и профессиональная коммуникация», ТамбГТУ, г. Тамбов, Россия.

Так, в 1950-х годах прошлого века экономист Л. Робинсон писал о взаимоотношениях между этикой и экономикой как о разных дискурсивных полях, между которыми существует непреодолимая логическая пропасть, противоборство как в пространстве, так и во времени [1], а лауреат Нобелевской премии М. Фридман видел столкновение двух указанных аспектов в деятельности социума, когда речь идет об ее эффективности: достигнута ли цель и законно ли это. Только после ответа на данный вопрос, можно судить о том, что есть хорошо, а что плохо, насколько сделанное или сказанное соответствует закону. Данные аспекты, по Фридману, рассматриваются отдельно друг от друга [2, 3].

Анализ истории изучения вопроса свидетельствует, между тем, что по настоящее время отмечается живой интерес к проблематике бытования духовности в экономике как в западной, так и отечественной науке [4]. Так, А. В. Багаевым [5] подчеркивается взаимосвязь духовности и экономики, соотносимая с взаимодействием в системе «человек – мир», а духовность понимается как интегративное качество идеальной реальности, которое относится к сфере смысложизненных ценностей, определяющих содержание, качество и направленность социального и индивидуального бытия.

Таким образом, актуальность настоящей статьи усматривается в обращении к одной из вечных тем, волновавших с древних времен и по ныне умы человечества, а именно к выражению нравственно-этической стороны экономической деятельности. Ее научная новизна определяется рассмотрением обозначенной темы с точки зрения когнитивных исследований, утвердивших приоритеты при анализе языковых явлений в виде опоры на человеческий разум, память и культурное наследие. Метод метафорического моделирования, к которому стали прибегать отечественные и зарубежные лингвисты после выхода в свет классических работ Дж. Лакоффа, М. Джонсона [6, 7], дал возможность соотнести реальные события мира экономики с их идеальным отражением в языке через метафоры, отсылающие посредством источника переноса значения к различным сторонам человеческого окружения и культурного наследия.

Цель статьи – продемонстрировать роль некоторых метафорических моделей, в частности, антропоцентрической и основанных на религиозной, мифологической и исторической символиках, в отражении нравственно-этического потенциала современных экономических идей и реалий. Для достижения поставленной цели намечено решение следующих задач: *выявить* метафоры, содержащиеся компоненту духовности в экономике; *проанализировать* аксиологические характеристики выявленных метафор; *продемонстрировать* суггестивную сторону процесса метафоризации, основанного на взаимосвязи с нравственными и этическими ценностями, характерными для мировой культурной и духовной жизни. В качестве иллюстративного материала использованы экономические тексты, полученные методом сплошной выборки из ведущих мировых изданий и их интернет-аналогов (рубрика «Экономика»), а также собранной авторами картотеки. Исследование осуществлялось на четырех европейских языках:

русском, английском, немецком и французском. Это дало возможность увидеть то общее, что есть в метафорической картине мира экономики вообще, а также обозначить специфику отдельных лингвокультур.

### **Метафорическая картина бизнеса: нравственно-этические аспекты репрезентации**

Структурирование мира экономики с помощью метафорического моделирования и выбор метафор, а иными словами выбор ассоциации, тесным образом связаны с концептуальной системой языка. Антропоцентрические метафорические модели, а также модели, в основании переноса значения которых участвует религиозная, мифологическая и историческая символика, как показал проведенный анализ, соотносятся с положениями, которые В. Н. Телия назвала «культурно значимой интерпретацией»:

- ритуальные формы народной культуры (в эту группу и входят мифы);
- пословицы «как стереотипы народного сознания»;
- образы-эталоны, слова-символы;
- нравственные устои и история христианства;
- интеллектуальное достояние человечества, такие как философия мироздания, история, литература;
- культурная интерпретация.

Ученый, глубоко исследующий метафоры, характеризует эти лексические единицы как «узлы» («стержни») языкового отражения, по которым воссоздается воззрение народа в ту или иную эпоху [8].

Авторы работы [9] отмечают, что российская национальная картина мира имела в основе древнеславянскую картину мира, в которой отводилось центральное место «рожаницам», при этом верхним божеством был бог земли и неба Род. Значимость «рожаниц» была связана с определением продолжения рода, судьбы новорожденного, которую предписывали как раз «рожаницы».

Примеры использования в экономике метафорической антропоцентрической модели наглядно показывают, что события и реалии, ассоциируемые с зачатием, беременностью, рождением и первым опытом человека в окружающем пространстве, могут иметь символическое прочтение, обоснованное глубоким нравственным уважением к человеку как наивысшему божьему творению (*рождение, рождаться; birth; die Geburt; naissance, naître*). В экономических текстах таким образом представляется начало деятельности или нечто новое. В период образования Евросоюза и введения в обращение единой валюты подобные метафоры отражали характеристики, которые несли глубоко духовный смысл данного события: *колыбель* гуманизма, свободы и демократии; евро *новорожденная* валюта; этап *младенчества* евро, евро будет *вставать на ноги*, евро еще *делает первые шаги; the birth of a new financial-economic system; die Geburt des Euros; Schicksalstageim Rathaus; cette Europe en gestation / беременная Европа; la naissance de l'euro/ рождение евро*.

Концепт движение (человека) как источник метафорического переноса значения в экономике также присущ и мировой культуре, в которой

жизненный цикл человека показан в виде движения, пути: *дорога (путь); path, route; der Weg; chemin (route): путь к евро; what is the fastest route to economic development? / Какой самый быстрый путь экономического развития?*

Непосредственная связь процесса метафоризации с концептологией и культурологией более всего наблюдается при анализе использования символа как основы для переноса значения. Ученые, исследующие языковую картину мира, следующим образом трактуют данное явление: слова отражают не отдельные предметы или реалии окружающего мира, а «их видение, навязанное носителю языка, сохраненное в сознании в виде представления или понятия о данных предметах или явлениях» [10, с. 40].

По мнению ученых, которые исследуют символ, он наделен гораздо большим семиотическим потенциалом, чем образ. Лингвист и семиотик Н. Б. Мечковская называет условия превращения знаков в символ: а) высокая употребительность знака; б) наличие коррелятов в семиотиках различных сенсорных модальностей; в) семантическая насыщенность плана содержания; г) вхождение в узкую группу высокопопулярных знаков [11].

Важное и значительное место в данном ряду занимают религиозные символы. Религиозная картина мира представляет антонимические метафорические обозначения, обладающие аксиологическими характеристиками, которые переносятся на экономическую ситуацию, объекты и субъекты. Это, с одной стороны, *рай* на небе, *бог* – покровитель и *ангел* как воплощение добра, а с другой – *ад* на земле; *дьявол* – соблазнитель; *черт* как воплощение зла. Морально-этические оппозиции выявляются в противоположных по оценочной коннотации метафорах, таких как:

– *Ад; hell; die Höle; ad* как тяжелейшее положение экономики;

– *Ангелы бизнеса; Business Angel; Business Engeln Angedesaffaires* – частные инвесторы, вкладывающие деньги на этапе создания предприятия в обмен на долю в капитале;

– *Бог; God; der Gott; Dieu* как обозначение сильной и конкурентоспособной валюты, либо пользующегося большим уважением предпринимателя;

– *Желтый дьявол; yellow devil; dergelbe Teufel; diablejaune* – презренный металл; золото, развращающее порядочных предпринимателей;

– *Налоговый рай; tax heaven; Steuerparadies (ein Eldorado für Geldwäsche); paradis fiscal* – страна, куда переводят капитал, имея целью уменьшить налоговые выплаты.

В метафорической картине мира рисуется пространственно-ориентационная оппозиция по религиозному принципу «высшее – низшее» или состояния «верх и низ». Это противопоставление наиболее всего проявляется при описании экономического кризиса, акцентируя аксиологическую оппозицию «плохо – хорошо». В исследуемых языках такие понятия, как глубина кризиса, сложности разного рода в экономической ситуации характеризуются через метафоры, означающие низшую точку падения (низшее или низ). Точкой отсчета может быть *бездна, воронка, пропасть, пучина, яма / precipice, abyss, chasm, gap; gulf, chasm/ der Ungrund;*

*der Ersfall; der Abgrund; der Strudel; die Erdgrube; abîme, fossé, gouffre, précipice, trou.* Особого внимания заслуживает метафора *дно / bottom / die Unterwelt / dessous*, выражающая самый низкий уровень деловой активности в экономике. Данная метафора присутствует во всех анализируемых языках, однако в русской метафоре наблюдается культурная маркированность, обусловленная ее высокой продуктивностью и культурологическим фоном. Так, в русском языке многочисленны фразеологизмы, идиомы и пословицы со словом-параметром *дно*: *двойное дно; тянуть на дно; ни дна, ни покрывки; мелко плавать, дно задевать* и т.д.

Положительная оценка, связанная с выходом из кризиса, усматривается в метафорах, которые позиционируют экономические события и действия как идущие вверх (высшее): *рост; growth; das Steigen; croissance* (качественное улучшение, совершенствование); *взлет (экономический); take-off; der Stieg; décollage* (автоматизм хозяйственного роста); *пуск, запуск; starting; das Starten; démarrage* (начало, движение вперед, налаживание работы).

Многие примеры метафорического переноса основаны на истории религий, закрепившихся в лингвокультурном сознании в виде символов. Таковыми могут быть наименования священных мест:

– *Мекка; Месса; Mekka; Mecque*, город как символ восхищения и преклонения;

– *Голгофа; Calvary; Golgatha; Golgotha*, место распятия Христа как символ тягот и невзгод.

В эту же группу можно добавить такие атрибуты, как *крест; cross; das Kreuz; croix*. Тяжести и заботы экономических реформ вербализуются метафорически с основой на символе креста: *Гайдар нес этот крест мужественно и с достоинством.*

К данной категории также относятся имена собственные, ставшие нарицательными вследствие метонимического переноса, например, символ предательства: *Иуда; Judah; Judas; Juda* – «Орден Иуды» для президента Украины Порошенко; пророчество о «конце света» *Апокалипсис; Apocalypse; die Endzeit; Apokalypse*. Применительно к экономике метафора Апокалипсиса характеризует кризисную ситуацию: *рублевый апокалипсис; financial apocalypse – финансовый апокалипсис; wirtschaftliche Apokalypse / l'apocalypse économique – экономический апокалипсис.*

Элементы, восходящие к античной мифологии и древней истории, также получают символическое прочтение в исследуемых языках. Глубокий нравственный посыл получают метафоры, основанные на мифологии:

– *Ахиллесова пята; the Achillesheel; die Achillesferse; Talon d'Achille* означает слабую сторону, уязвимость какого-либо явления, события: *высокая инфляция – ахиллесова пята; European sanctions could hit Russia's Achillesheel / Европейский санкции могут стать Ахиллесовой пятой для России; / Das deutsche Finanzsystem – Achillesferseder Wirtschaft? / Немецкая финансовая система – Ахиллесова пята экономики?*

– *Дамоклов меч; the sword of Damocles; Damoklesschwert; épée de Damoclès* (над Дамоклом во время пира подвесили меч на конском волосе), образ символизирует предупреждение об опасности. Через сравне-

ние с *дамкловым мечом* в текстах может, например, быть метафорически показана угроза экономического влияния США на восточные страны Европы;

– *Лернейская гидра*; *the Lernean Hydra*; *die Hydra*; *Hydre de Lerne*, легендарный водяной многоглавый змей, у которого, как только отрубали голову, тотчас вырастала новая, в переносном смысле означает бедствие, которое возрастает, вопреки всем усилиям прекратить его: *кризис* – *Лернейская гидра, которую можно победить, только объединившись*; «*The Lernean Hydra*» of *global oil and the price of crude* / *лернейская гидра мировой нефти и цены на нефть*; *Kampfgegendie Hydra* / *Борьба с Лернейской гидрой*; *les 35 heures restent une sorte d'hydre de Lerne* / *35 часов трудовой недели остаются чем-то вроде Лернейской гидры*;

– *Троянский конь*; *a Trojan horse*; *das Trojanische Pferd*; *cheval de Troie* (огромный конь, укрывший воинов) символизирует предательства. События Трои, лежащие в основе метафор, репрезентирующих экономические события, могут, например, передавать настороженное отношение к процессу расширения Евросоюза за счет стран, находящихся под экономическим влиянием Америки.

– *Ящик Пандоры*; *Pandora's box*; *der Pandorabüchse (Büchse der Pandora)*; *boîte de Pandore* в наше время означает необратимые последствия, которые нельзя отменить: *кредитный ящик Пандоры*; *Scotland refrains from opening Pandora's box* / *Шотландия воздерживается от вскрытия ящика Пандоры*; *Trump hateinen Büchse der Pandora öffnet* / *Трамп открыл ящик Пандоры*; *la boîte de Pandore du financement des groupes gauchistes* / *ящик Пандоры финансирования левых групп*.

Наконец, насыщенность семантики плана содержания языкового знака приводит к символическому прочтению слов, которые вербализуют реальные события или явления через ассоциации с прошлыми временами. Это могут быть ономастические метафоры: в контексте политики экономических санкций действия Евросоюза сравниваются через метафору с Адольфом Гитлером, пытавшимся через порабощение народов сформировать единое европейское государство.

Нравственные устои общества проявляются и в метафорах, которые, согласно источнику переноса значения, показывают поведение субъектов экономики как пользующихся определенными благами за счет других, как это бывает при проезде в транспорте «*зайцем*» (*русский язык*). В английском, немецком и французском языках акцентируется поведение человека – *passager clandestin*; *stowaway (free-rider)*, *einblinder Passagier* «безбилетный пассажир» (антропоцентрическая метафорическая модель): *le passager clandestin bénéficie d'une situation favorable, sans avoir à payer le prix* / *безбилетный пассажир пользуется благоприятной ситуацией, не оплачивая ее стоимость*.

Аксиологическая оценка поведения экономических субъектов по данной схеме описывается как «преуменьшение ценности общественных благ в надежде извлечь выгоды от взносов и усилий других людей при затратах меньших, чем их собственная предельная полезность» [12, с. 473].



Конец прошлого века и новое тысячелетие отмечены значительным прогрессом в социально-экономических преобразованиях как во всем мире, так и в европейских странах, и в России. Рождаются новые метафоры, акцентируются их риторическая, социальная и аксиологическая функции. Это способствует совмещению понятий морали и экономики. Следует вспомнить слова Ю. В. Рождественского, который пишет о необходимости уточнения «туманного понятия «ценность»» и о значении «общих мест», представляющих собой «достояние всех видов словесности», «отражающих три важнейшие смысловые области: гносеологию (народную), мораль и позитивные знания» [13, с. 161].

Говоря о принципах новой риторики и показывая ее роль в обществе и экономике, Ю. В. Рождественский пишет, что «система символов, служит основой отбора информации, участвует в создании ценностной картины мира, образует своеобразный культурный слой эпохи» [13, с. 150 – 152].

Культурно-аксиологический подход к рассмотрению языковых явлений, в том числе и метафор в языке экономики, демонстрирует связь категорий ценности и оценки с культурой, то есть языковые значения рассматриваются и анализируются как занимающие особое место в контексте культуры. Степень оценок и эмоциональных коннотаций, выбор предпочтений, все это связано с человеческим опытом, как индивидуальным, так и коллективным.

Проанализированный материал свидетельствует о том, что ценность, оценка – это важные категории, и метафора в этом ряду занимает достойное место. Осваивая окружающий мир, отражая свой опыт и свои познания в знаковой форме, человек одновременно формирует ценностное отношение к миру, сопровождаемое эмоциональным переживанием.

«Имя есть жизнь», – пишет российский философ А. Ф. Лосев. Только в слове мы общаемся с людьми и природой, только в имени «обоснована вся глубочайшая природа социальности во всех бесконечных формах ее проявления» [14, с. 33]. Метафорическая репрезентация экономической реальности соотносится с отстаиванием определенных позиций, формированием отношений между участниками коммуникации. И не случайно сегодня возродилось понятие «риторика». Удачно подобранная метафора может стать не только отражением, но и стимулом перемен социальной и экономической жизни. При этом, согласно Ю. В. Рождественскому, «именования должны отвечать эстетическим задачам языка», среди них не новыми, но существенными являются такие, как «не лгать, не лжесвидетельствовать». А в новом информационном обществе к ним добавляются новые задачи, обозначенные ученым как «не создавай имен, в которых содержится лишь частичная правда, не искажай толкование имен и мыслей другого» [13, с. 89]. Можно сделать вывод о необходимости следования общеэкологическому принципу, впервые возникшему в медицине: «не навреди», и обращения гуманитарных наук к предметному воплощению этических знаний.

Анализ объективной реальности «сквозь призму» вечного дает определенные маркеры поведения, которые формируют восприятие происходящих событий в соответствии с христианским (духовным) представлением о морали.

«Речь начинает, развивает и подводит итоги предметной знаковой деятельности. Как показывает мировой опыт современности и история мировой культуры, удачное устройство речевых отношений и успешные речевые действия обеспечивают все формы жизни общества и, в частности, экономическую жизнь общества», – справедливо отмечает Ю. В. Рождественский [13, с. 176].

### Заключение

Таким образом, проведенный анализ позволил решить поставленные задачи, достичь цели и доказал, что важное место в языковом выражении насущных проблем экономической жизни занимают метафоры, в частности, антропоцентрическая метафорическая модель и модели, основанные на религиозной, мифологической и исторической символике. Именно они играют важную роль в репрезентации нравственно-этического начала и отражают компоненты духовности экономических идей и реалий. Выявленные метафоры демонстрируют суггестивную сторону процесса метафоризации, основанную на взаимосвязи с нравственными и этическими ценностями, характерными для мировой культурной и духовной жизни. Научное изыскание, проведенное на материале четырех европейских языков: русского, английского, немецкого и французского, показало то общее, что есть в метафорической картине мира бизнеса. Имеющаяся специфика отдельных лингвокультур незначительна и не мешает глобальному восприятию происходящего в мире в соответствии с нравственно-этическим оцениванием этих событий через концептуальные метафоры. Полученные выводы могут представлять несомненный интерес при обучении переводу метафор на занятиях со студентами экономических специальностей, магистрантами, аспирантами.

#### *Список литературы*

1. Friedman, M. The Methodology of Positive Economics / M. Friedman // Essays in Positive Economics. – Chicago : The University of Chicago Press, 1953. – P. 3 – 43.
2. Moreau de Bellaing, L. L'éthique et la morale dans le politique / L. Moreau de Bellaing // Journal des anthropologues. – 2014. – No. 136-137. – P. 61 – 79.
3. Lemennicier, B. La Morale face à l'économie / B. Lemennicier. – Paris : Editions d'Organisation, 2005. – 287 p.
4. Robbins, L. Essai sur la nature et la signification de la science économique / L. Robbins. – Paris : Librairie Médicis, 1947. – P. 143–144.
5. Багаев, А. В. Место и роль духовности в экономической жизни общества : дис. ... канд. филол. наук : 09.00.11 / Багаев Алексей Владимирович. – Нижний Новгород, 2006. – 184 с.
6. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон ; пер. с англ. ; под ред. А. Н. Баранова. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
7. Лакофф, Дж. Когнитивная семантика / Дж. Лакофф ; пер. с англ. А. Н. Баранова // Язык и интеллект. – М. : Прогресс, 1995. – С. 143 – 184.
8. Телия, В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с.



9. Жидков, В. С. Десять веков российской ментальности : Картина мира и власть / В. С. Жидков, К. Б. Соколов. – СПб. : Алетейя, 2001. – 640 с.
10. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация : учеб. пособие / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Слово/Slovo, 2000. – 262 с.
11. Мечковская, Н. Б. Семиотика: Язык. Природа. Культура : курс лекций / Н. Б. Мечковская. – М. : Академия, 2004. – 432 с.
12. Вечканов, Г. С. Современная экономическая энциклопедия / Г. С. Вечканов, Г. Р. Вечканова. – СПб. : Лань, 2002. – 880 с.
13. Рождественский, Ю. В. Принципы современной риторики / Ю. В. Рождественский ; под ред. В. И. Аннушкина. – 3-е изд., испр. – М. : Флинта : Наука, 2003. – 176 с.
14. Лосев, А. Ф. Философия имени / А. Ф. Лосев. – М. : Изд-во Московского гос. ун-та, 1990. – 269 с.

### References

1. Friedman M. *Essays in Positive Economics*, Chicago: The University of Chicago Press, 1953, pp. 3-43.
2. Moreau de Bellaing L. L'éthique et la morale dans le politique, *Journal des anthropologues*, 2014, no. 136-137, pp. 61-79.
3. Lemennicier B. *La Morale face à l'économie*, Paris: Editions d'Organisation, 2005, 287 p.
4. Robbins L. *Essai sur la nature et la signification de la science économique*, Paris: Librairie Médicis, 1947, pp. 143-144.
5. Bagayev A.V. *PhD Dissertation (Philologiques)*, Nizhny Novgorod, 2006, 184 p. (In Russ.)
6. Lakoff Dzh., Dzhonson M., Baranov A.N. [Ed.] *Metafori, kotorymi my zhivem* [Metaphors that we live], Moscow: Yeditorial URSS, 2004, 256 p. (In Russ.)
7. Lakoff Dzh. *Yazyk i intellect* [Language and Intellect], Moscow: Progress, 1995, pp. 143-184. (In Russ.)
8. Teliya V.N. *Russkaya frazeologiya. Semanticheskiy, pragmaticheskiy i lingvokul'turologicheskiy aspekty* [Russian phraseology. Semantic, pragmatic and linguistic-cultural aspects], Moscow: Shkola «Yazyki russkoy kul'tury», 1996, 288 p. (In Russ.)
9. Zhidkov V.S., Sokolov K.B. *Desyat' vekov rossiyskoy mental'nosti: Kartina mira i vlast'* [Ten Centuries of Russian Mentality: A Picture of the World and Power], St. Petersburg: Aleteyia, 2001, 640 p. (In Russ.)
10. Ter-Minasova S.G. *Yazyk i mezhkul'turnaya kommunikatsiya: uchebnoye posobiye* [Language and intercultural communication: a study guide], Moscow: Slovo/Slovo, 2000, 262 p. (In Russ.)
11. Mechkovskaya N.B. *Semiotika: Yazyk. Priroda. Kul'tura: kurs lektsiy* [Semiotics: Language. Nature. Culture: lecture course], Moscow: Akademiya, 2004, 432 p. (In Russ.)
12. Vechkanov G.S., Vechkanova G.R. *Sovremennaya ekonomicheskaya entsiklopediya* [The modern economic encyclopedia], St. Petersburg: Lan', 2002, 880 p. (In Russ.)
13. Rozhdestvenskiy Yu.V., Annushkin V.I. [Ed.] *Printsipy sovremennoy ritoriki* [Principles of modern rhetoric], Moscow: Flinta: Nauka, 2003, 176 p. (In Russ.)
14. Losev A.F. *Filosofiya imeni* [Philosophy of a name], Moscow: Izdatel'stvo Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta, 1990, 269 p. (In Russ.)

**Moral and Ethical Potential of the Language of Business  
in the Metaphorical Representation of Conceptual  
Framework of Economics**

**N. Yu. Borodulina, I. E. Ilyina, M. N. Makeeva**

*Tambov State Technical University, Tambov, Russia*

**Keywords:** axiology; business; spirituality; metaphor; morality; moral; society.

**Abstract:** The article analyzes the relationship between the concepts of “morality” and “business” in the diachronic aspect. It is noted that the economic processes inevitably come into contact with the concept of “spirituality”. Attention is paid to the reflection of the moral and ethical potential of the language of business through the use of anthropocentric metaphors and metaphors based on religious, mythological and historical symbols. With the help of these models, the language of economics receives moral and ethical expression and includes the components of spirituality. The role of metaphors in ensuring the relationship of the world of economics with moral and ethical values of modern society is shown.

---

© Н. Ю. Бородулина, И. Е. Ильина, М. Н. Макеева, 2020