

Принцип перфекционизма в репрезентации корпоративных достижений (на материале годовых отчетов промышленных компаний)

Филясова Юлия Анатольевна

Канд. филол. наук, магистр экономики, доц. каф. английской филологии и перевода
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9728-9458>, e-mail: phill.yield@gmail.com

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 191023,
наб. канала Грибоедова, 30-32, литер. А, г. Санкт-Петербург, Россия

Аннотация

В статье рассмотрены элементы вербальной репрезентации перфекционизма в годовых отчетах, нацеленных на продвижение положительного образа компаний в глазах широкой общественности. Целью исследования выступает анализ принципа перфекционизма как интегральной характеристики отчетов ведущих компаний, занимающих высокие рейтинговые позиции. В качестве материала исследования были рассмотрены 2 882 контекстных употребления ключевых слов с семантикой превосходной степени – «лучший», «максимальный», «высокий», а также имеющих значение прогрессивного развития – «повышение», «улучшение», «совершенствование», «рост», которые отражают содержание понятия «перфекционизм» и характеризуют собственную деятельность компаний. Методы исследования включали сплошную выборку в документах отчетов по перечисленным ключевым словам, семантический отбор, количественный анализ, контекстуальный анализ, семантическую классификацию, сопоставление данных. В среднем коэффициент присутствия элементов перфекционизма в объеме годовых отчетов варьируется от 0,66 до 2,15. Полученные сведения можно считать высокими, учитывая, что многие страницы отчетов содержат числовые и иллюстративные данные. Среди изученных контекстных употреблений наиболее частотными оказались слова с более широкой семантикой: «повышение», «высокий», «лучший», «увеличение», которые способны использоваться как с позиции результативности, так и с точки зрения процесса выполнения производственной деятельности. Употребление исследуемых слов носит системный характер, поскольку охватывает все виды деятельности компаний: повышение уровня экологической и корпоративной социальной ответственности; совершенствование бизнес-процессов; повышение качества продукции; улучшение работы совета директоров; повышение прибыли, стоимости компании и некоторые другие. Принцип перфекционизма при составлении годовых отчетов ориентирован на сохранение долгосрочных отношений с внешними и внутрикорпоративными категориями пользователей путем обеспечения того, что результативность деятельности соответствовала ожиданиям заинтересованных групп пользователей.

Ключевые слова: перфекционизм, годовой отчет, интегрированная отчетность, стейкхолдеры, имидж компании, корпоративный бренд, конкуренция, корпоративные коммуникации, коммуникативная стратегия, связи с общественностью, совершенствование бизнес-процессов

Для цитирования: Филясова Ю.А. Принцип перфекционизма в репрезентации корпоративных достижений (на материале годовых отчетов промышленных компаний) // Управление. 2023. Т. 11. № 3. С. 97–108. DOI: 10.26425/2309-3633-2023-11-3-97-108



The perfectionism principle in the representation of corporate achievements (based on the annual reports' material of industrial companies)

Yulia A. Filyasova

Cand. Sci. (Phil.), Master of Arts in Economics, Assoc. Prof. at the English Philology and Translation Department

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9728-9458>, e-mail: phill.yield@gmail.com

Saint Petersburg State University of Economics, 30-32, liter. A, nab. kanala Griboedova, Saint Petersburg 191023, Russia

Abstract

The article considers the verbal representation elements of perfectionism in annual reports. The study is intended to analyze the perfectionist principle as an integral annual reports' characteristic of companies with high rating positions. The material for the research consisted of 2.882 contextual uses of keywords with the superlative semantics – “best”, “maximum”, “high”, as well as those with the meaning of progressive development – “increase”, “improvement”, “upgrading”, “growth”, which reflect the semantics of the concept “perfectionism” and characterize the companies' own activity. The research was conducted with the following methods: continuous sampling in the reports' documents on the listed keywords, semantic selection, quantitative analysis, contextual analysis, semantic classification, data comparison. On average the coefficient of the presence of perfectionism elements in the volume of annual reports varies from 0.66 to 2.15. The data obtained can be considered high, given that many report pages contain numerical and illustrative data. Among the studied contextual uses, the most frequent were words with broader semantics: “increase”, “high”, “best”, “increase”, which can be used both from the standpoint of performance and from the point of view of the process of performing production activities. The usage of the keywords has a systemic character as it embraces all types of companies' activities: the increase of the ecological and corporate social responsibility levels; business process improvement; product quality enhancement; the board of directors' activity improvement, the increase in profits and company value, and some others. The perfectionism principle is oriented to maintaining long-term relationships with external and internal categories of users by ensuring that the performance of activities meets the expectations of interested groups of users.

Keywords: perfectionism, annual report, integrated reporting, stakeholders, company image, corporate brand, competition, corporate communications, communicative strategy, public relations, business process improvement

For citation: Filyasova Yu.A. (2023) The perfectionism principle in the representation of corporate achievements (based on the annual reports' material of industrial companies). *Upravlenie / Management (Russia)*, 11 (3), pp. 97–108. DOI: 10.26425/2309-3633-2023-11-3-97-108



Введение / Introduction

Годовой отчет представляет корпоративные данные о текущем состоянии, об операционной деятельности, о финансовых результатах публичной компании для различных групп пользователей — инвесторов, акционеров, сотрудников, партнеров, клиентов, финансовых аналитиков, представителей средств массовой информации и широкой общественности. Годовой отчет является важным элементом для разработки системного подхода к оценке результативности и эффективности деятельности компаний [Ефремов, Южаков, 2022]. Базовые разделы годового отчета включают сведения о компании общего характера, о совете директоров, об исполнительных органах, обозначают положение компании в отрасли по сравнению с конкурентами, перечисляют направления развития, описывают структуру компании, содержат элементы бухгалтерской отчетности и аудиторского заключения, предоставляют сведения о сделках и прибыли, о факторах риска для деятельности компании, а также о принципах организации системы управления рисками и внутреннего контроля.

Годовой отчет как один из маркетинговых инструментов отражает корпоративную идеологию и относится к числу документов, формирующих определённый образ компании в глазах общественности и улучшающих ее деловую репутацию [Донская, 2005; Кузьмина, Соклакова, 2016]. Годовой отчет представляет собой форму конструктивного взаимодействия компании с различными пользователями: как с внутренними, так и с внешними [Райченко, 2016]. Основными характеристиками годовой отчетности считаются четкость стиля, объем, тональность изложения, правдивость, персонализация, количественные данные, ориентация на будущее [Moreno, Jones, 2022]. Позитивная атрибуция, высокие показатели деятельности, совершенствование методов и технологий в практической деятельности являются обязательными условиями менеджмента самопрезентации компании в сфере связей с общественностью (англ. public relations) [Филясова, 2020; Jones et al., 2020].

Намеренная самопрезентация рассматривается как тип коммуникативного поведения в теории дискурса, как способ позиционирования и коммуникативного воздействия на сознание различных групп пользователей, а также как способ повышения узнаваемости корпоративного бренда [Карасик, 2022; Осокин, 2022; Томюк и др., 2022]. Репрезентация как способ представления данных является производной функции интерполяции на основе таких категорий, как мораль, интеллектуализация,

симулякризация и доверие [Одинцов, 2022]. В эпоху цифровых коммуникаций самопрезентация компании является особенно актуальной, поскольку корпоративная отчетность доступна неограниченному кругу лиц [Шарков и др., 2022]. Ответственность за создание индивидуальности и уникальности образа компании определяет важность представления информации в положительном ключе с точки зрения социальной значимости корпоративных достижений. Ценность положительной репрезентации результативности компаний обусловлена внешними отношениями конкуренции, необходимостью повышения прозрачности, точности и своевременности раскрытия информации для ключевых групп пользователей [Liu et al., 2022]. Особенно важным является представление достижений компаний для определения стоимости бизнеса. В конечном итоге именно финансовая стоимость компании в сравнении с аналогичными показателями конкурентов выступает главным показателем эффективности функционирования бизнеса.

Неполное раскрытие результатов деятельности компаний может негативно отразиться на их репутации. Согласно гипотезе обфускации, компании, не отличающиеся высокими достижениями, стремятся к сокрытию данных [Hooghiemstra et al., 2017]. Причины часто связывают с невыполнением плановых показателей или с недостаточно высокой результативностью, когда рыночные позиции находятся ниже уровня конкурентов по отрасли. Кроме того, менеджмент самопрезентации допускает практику несбалансированного освещения событий на основе асимметрии в доступе к корпоративной информации между внутренними и внешними пользователями. Дискретный подход к составлению интегрированной отчетности дает возможность менеджерам регулировать процесс принятия стратегических решений в интересах компании и гармонизации бизнес-процессов [Орлов и др., 2022]. С целью преодоления негативного отношения стейкхолдеров менеджеры прибегают к намеренному атрибутивному искажению данных о компании и к предотвращению раскрытия заниженных результатов деятельности.

В противоположность положениям теории обфускации, принцип перфекционизма при составлении годовых отчетов проявляется в стремлении к максимальному раскрытию информации, к созданию наиболее благоприятного впечатления акционеров к результативности компаний и к поддержанию позитивного отношения к деятельности организаций. Перфекционизм — это стремление к достижению высоких целей, максимальных

результатов деятельности и идеала посредством постоянного совершенствования [Filyasova, 2022a]. Исследования показывают, что менеджеры склонны к постоянному улучшению способов презентации информации о компании, к ориентации исключительно на высокие результаты и к созданию долгосрочной ценности для обеспечения условий выполнения инвесторами своих фидуциарных обязательств [Санталова, 2015; Каморджанова, Селезнева, 2020]. Благополучные показатели деятельности являются основным источником перфекционистской самопрезентации компании, которая нацелена на подчеркивание выполненных показателей, а также на выделение положительного социального эффекта деятельности компании, который проявляется в корпоративной социальной ответственности и в снижении влияния на окружающую среду [Filyasova, 2022b]. Детерминантами перфекционизма при самопрезентации компании могут быть как внешние макроэкономические кризисные условия, так и внутрикорпоративные факторы. В условиях пристального внимания общественности недовыполнение среднеотраслевых показателей может навредить имиджу компании, поэтому менеджеры стремятся к достижению высоких показателей и к улучшению впечатления о результатах деятельности. В задачи менеджеров по связям с общественностью входит создание доверия и стабильной репутации, раскрытие факторов риска, поддержание последовательного корпоративного образа и высокого качества представления информации [Gao et al., 2019]. Являясь функцией управления, корпоративные коммуникации позволяют поддерживать положительный образ компании среди всех целевых групп пользователей.

Материалы и методы исследования / Research materials and methods

Целью данного исследования выступает анализ перфекционизма в материалах годовой интегрированной отчетности промышленных компаний как явления, проявляющегося в стремлении к репрезентации высоких целей и максимально возможных результатов хозяйственной деятельности. Такие цели и результаты достигаются посредством постоянного совершенствования бизнес-процессов и практик, а также за счет увеличения следующих показателей: прибыль и стоимость компании, производительность, доходы сотрудников, качество жизни населения в регионах присутствия и др.

Материалы исследования включали годовые отчеты девяти компаний за 2021 г. и одной компании за 2020 г.: ПАО «Новолипецкий металлургический

комбинат»¹ (далее – ПАО «НЛМК»); ПАО «Татнефть» им. В.Д. Шашина² (далее – ПАО «Татнефть»); ПАО «Горно-металлургическая компания „Норильский никель“»³ (далее – ПАО «Норникель»); АО «Сибирская Угольная Энергетическая Компания»⁴ (далее – АО «СУЭК»); ПАО «Нефтяная компания „Лукойл“»⁵ (далее – ПАО «Лукойл»); ПАО «Сургутнефтегаз»⁶, ПАО «Северсталь»⁷, Международная компания ПАО «Объединенная Компания „РУСАЛ“»⁸ (далее – ПАО «РУСАЛ»), АО «Холдинговая компания „Металлоинвест“»⁹ (далее – АО «Металлоинвест»); ПАО «НОВАТЭК»¹⁰. Материалы были изучены с помощью методов выборочного, статистического анализов, а также контент-анализа.

¹ ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат». Годовой отчет (2021). Режим доступа: https://nlmk.com/upload/iblock/469/NLMK_AR2021_RUS.pdf (дата обращения: 03.05.2023). Далее – ПАО «НЛМК» (2021).

² ПАО «Татнефть» им. В.Д. Шашина. Годовой отчет (2021). Режим доступа: <https://www.tatneft.ru/uploads/publications/63ad35722e0b8939200037.pdf> (дата обращения: 03.05.2023). Далее – ПАО «Татнефть» (2021).

³ ПАО «Горно-металлургическая компания „Норильский никель“». Годовой отчет (2021). Режим доступа: https://ar2021.nornickel.ru/download/full-reports/ar_ru_annual-report_pages_nornickel_2021.pdf (дата обращения: 03.05.2023). Далее – ПАО «Норникель» (2021).

⁴ АО «Сибирская Угольная Энергетическая Компания». Годовой отчет (2021). Режим доступа: https://www.suek.ru/upload/iblock/6e7/SUEK_AR21_RU.pdf (дата обращения: 01.05.2023). Далее – АО «СУЭК» (2021).

⁵ ПАО «Нефтяная компания „Лукойл“». Годовой отчет. Режим доступа: <https://lucoil.ru/FileSystem/9/587033.pdf> (дата обращения: 04.05.2023). Далее – ПАО «Лукойл» (2021).

⁶ ПАО «Сургутнефтегаз». Годовой отчет (2020). Режим доступа: https://www.surgutneftegas.ru/investors/essential_information/reporting/godovye-otchety/ (дата обращения: 04.05.2023). Далее – ПАО «Сургутнефтегаз» (2020).

⁷ ПАО «Северсталь». Годовой отчет (2021). Режим доступа: https://severstal.com/upload/iblock/190/Annual_Report_2021_RUS.pdf (дата обращения: 01.05.2023). Далее – ПАО «Северсталь» (2021).

⁸ Международная компания ПАО «Объединенная Компания „РУСАЛ“». Годовой отчет (2021). Режим доступа: <https://rusal.ru/upload/iblock/91c/9bfrx677dtz6sv6x38r7to0zh37pv5cy.pdf> (дата обращения: 04.05.2023). Далее – ПАО «РУСАЛ» (2021).

⁹ АО «Холдинговая компания „Металлоинвест“». Годовой отчет (2021). Режим доступа: https://www.metalloinvest.com/upload/iblock/919/metalloinvest_go_-17.05-_1_.pdf (дата обращения: 06.05.2023). Далее – АО «Металлоинвест» (2021).

¹⁰ ПАО «НОВАТЭК». Годовой отчет (2021). Режим доступа: https://www.novatek.ru/common/upload/doc/NOVATEK_AR_21_RUS.pdf (дата обращения: 06.05.2023). Далее – ПАО «НОВАТЭК» (2021).

Задачи настоящего исследования включают:

1) анализ годовых отчетов по ключевым словам и их словоформам – «высокий», «максимальный», «лучший», «совершенствование», «повышение», «увеличение», «рост»;

2) выявление контекстуальных употреблений, характеризующих собственную деятельность и результативность компаний;

3) сопоставление относительных количественных данных выборки по материалам годовых отчетов.

Теоретическая ценность исследования заключается в анализе принципов составления годовой интегрированной отчетности как формы деловой коммуникации с внутренними и внешними группами пользователей для создания положительного корпоративного имиджа компании в глазах общественности. Практическая значимость исследования заключается в изучении способов репрезентации высоких достижений в деятельности компаний. Изменяющиеся условия внешней рыночной среды, повышенная конкуренция и необходимость внутрикорпоративной мотивации трудовой деятельности определяют актуальность изучения принципов представления корпоративных данных.

Результаты исследования / Research results

Ключевые слова характеризовали такие направления деятельности компаний, как экологические показатели производства, устойчивое развитие, цифровизация и автоматизация технологических процессов и производств, совершенствование бизнес-

процессов, повышение качества продукции, финансовое управление, аудит и внутренний контроль, практика корпоративного управления, промышленная безопасность и охрана труда, управление персоналом, корпоративная социальная ответственность.

Общее число проанализированных контекстных употреблений составило 2 882 ед. в совокупном объеме 2 075 стр. Коэффициент употребления слов с превосходной и положительно-прогрессивной семантикой как отношение общего числа ключевых слов к объему страниц показывает, что наибольший коэффициент перфекционизма имеют отчеты компаний АО «Металлоинвест», АО «СУЭК» и ПАО «Сургутнефтегаз». Наименьший коэффициент перфекционизма получен на материале отчета ПАО «РУСАЛ» (табл. 1).

Наиболее употребительным оказалось ключевое слово «повышение», имеющее при этом наиболее высокий показатель среднеквадратического отклонения (далее – СКО), свидетельствующий о широкой вариативности значений. Лексические единицы «высокий», «лучший» и «увеличение» по сумме значений можно отнести к одной категории. Лексема «лучший» демонстрирует сходные максимальные значения и СКО с ключевым словом «повышение». Менее употребительными оказались слова «совершенствование», «рост» и «максимальный» (табл. 2).

Статистически значимы количественные различия в употреблении слов «повышение», «высокий», «лучший», «увеличение», с одной стороны, и «совершенствование», «рост», «максимальный», с другой стороны (табл. 3).

Таблица 1

Употребление ключевых слов с семантикой перфекционизма

Table 1. Keyword usage with the perfectionism semantics

Наименование компании	Число страниц в годовых отчетах	Общее количество употреблений	Коэффициент употребления
АО «Холдинговая компания „Металлоинвест“»	84	181	2,15
АО «Сибирская Угольная Энергетическая Компания»	169	344	2,04
ПАО «Сургутнефтегаз»	95	193	2,03
ПАО «Северсталь»	126	219	1,74
ПАО «Татнефть» им. В.Д. Шашина	266	462	1,74
ПАО «Нефтяная компания „Лукойл“»	144	234	1,63
ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат»	412	555	1,35
ПАО «Горно-металлургическая компания „Норильский никель“»	359	372	1,04
ПАО «НОВАТЭК»	130	131	1,01
Международная компания ПАО «Объединенная Компания „РУСАЛ“»	290	191	0,66
Итоговая сумма	2 075	2 882	1,39

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

Основные количественные показатели выборки по ключевым словам

Table 2. Key quantitative sampling indicators by the keywords

Ключевые слова	Сумма	Максимальный показатель	Минимальный показатель	Средний показатель	Частотность	Медиана	СКО
«Повышение»	748	133	28	75	133	72	36,51
«Высокий»	558	115	30	56	–	48	25,33
«Лучший»	533	131	18	53	–	35	38,33
«Увеличение»	530	91	25	53	25	51	22,67
«Совершенствование»	207	42	4	21	4	17	13,89
«Рост»	158	34	4	16	12	12	9,45
«Максимальный»	148	32	5	15	14	12	9,13

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

Результаты t-теста Стьюдента для контекстных употреблений ключевых слов

Table 3. Student t-test results for the contextual use of the keywords

Ключевые слова	«Высокий»	«Лучший»	«Увеличение»	«Совершенствование»	«Рост»	«Максимальный»
«Повышение»	1,4 (незнач.)**	1,3 (незнач.)	1,6 (незнач.)	4,4 (знач.)*	4,9 (знач.)	5 (знач.)
«Высокий»	–	0,2 (незнач.)	0,3 (незнач.)	3,8 (знач.)	4,7 (знач.)	4,8 (знач.)
«Лучший»	–	–	0 (незнач.)	2,5 (неопред.)***	3 (знач.)	3,1 (знач.)
«Увеличение»	–	–	–	3,8 (знач.)	4,8 (знач.)	4,9 (знач.)
«Совершенствование»	–	–	–	–	0,9 (незнач.)	1,1 (незнач.)
«Рост»	–	–	–	–	–	0,2 (незнач.)

Примечание: * (знач.) – различия статистически значимы, ** (незнач.) – различия статистически незначимы, *** (неопред.) – различия находятся в зоне статистической неопределенности

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

Полученные различия объясняются тем, что главный акцент при составлении отчетности смещается в сторону цифровой репрезентации информации. Финансовые и другие виды результатов выражаются в форме цифровых данных и представляются как наиболее важные показатели эффективности деятельности компаний. Динамика числовых показателей характеризуется такими видами изменений, как повышение и понижение. Следовательно, проанализированные ключевые слова «повышение», «высокий» и «увеличение» применяются как к дескриптивным вербальным, так и к точным цифровым данным, которые указывают на высокие достижения компаний и могут употребляться не только с позиции результативности, но и с точки зрения процесса выполнения производственной деятельности. Другие ключевые слова, напротив, обладают менее широкой функциональной дистрибуцией. Например, лексема «совершенствование» характе-

ризует только процессуальную сторону деятельности. Слово «максимальный» выражает экстремум и применяется исключительно к наивысшим показателям результативности. Лексическая единица «рост» обладает более узкой семантикой по сравнению с существительным «увеличение», поскольку по первому значению относится к сфере биологии, а по другим значениям указывает на устойчивость динамики увеличения и развития. Напротив, ключевое слово «увеличение» обладает менее определенной семантикой прибавления чего-либо, поэтому имеет больший потенциал употребления. Следовательно, среди анализируемых слов (вербальных коррелятов перфекционизма) наиболее частотными оказались слова с широкой семантикой, обладающей более высоким значением неопределенности, единицы языка, которые способны употребляться как в отношении текстовых, так и в отношении цифровых данных.

Рассмотрим некоторые примеры употребления ключевых слов.

Пример №1. Лексическая единица «повышение».

1. «Проект тотальной оптимизации производства («ТОП») рассчитан почти на два года и будет реализовываться по четырем направлениям: снижение себестоимости, наращивание объемов, *повышение* качества и развитие вариативности»¹¹.

2. «Конкурс направлен на формирование прогрессивной команды руководителей среднего звена, *повышение* мотивации к развитию управленческих и профессиональных компетенций»¹².

3. «В ПАО «НОВАТЭК» функционирует комплексная система управления рисками и внутреннего контроля за финансово-хозяйственной деятельностью (СУРiBK), направленная на защиту активов, совершенствование бизнес-процессов, *повышение* эффективности деятельности и соответствие нормативным актам применяемого законодательства»¹³.

4. «Компания реализовала ряд проектов по *повышению* эффективности существующих глиноземных заводов»¹⁴.

Ключевое слово «повышение» используется в отношении эффективности, конкурентоспособности производства, качества продукции, доли премиальной продукции, ответственности за состояние окружающей среды, выручки, стоимости компании, уровня доверия, результативности, рейтингов, стабильности, вовлеченности персонала, доли интеллектуального труда, квалификации, компетенции, доходов сотрудников, мотивации, культурных кодов, уровня удовлетворенности клиентов, качества жизни населения и др.

Пример №2. Лексическая единица «высокий».

1. «Совет директоров стремится обеспечить верность компании самым *высоким* стандартам корпоративного управления»¹⁵.

2. «В целях поддержания *высокого* уровня вовлеченности и заинтересованности персонала Компания ежегодно отмечает наградами лучших сотрудников»¹⁶.

3. «Выручка Компании выросла на 15 % по сравнению с предыдущим годом, составив 17,9 млрд долл. США, а показатель EBITDA увеличился почти

на 40 %, достигнув рекордно *высокого* уровня в 10,5 млрд долл. США»¹⁷.

4. «„НОВАТЭК“ стремится соблюдать самые высокие стандарты корпоративного управления, что является одним из важнейших условий *высокой* эффективности и устойчивости бизнеса, а также основой социально ответственного управления деятельностью Компании»¹⁸.

Ключевое слово «высокий» характеризует такие показатели, как стандарты экологической политики компании; мировые стандарты; качество продукции; добавочная стоимость продукции; качество отходов; темпы развития ИТ-инфраструктуры; оценки экспертов; прибыль; интерес зарубежных инвесторов; степень уверенности; уровень участия акционеров; качество корпоративного управления; эффективность бизнеса; уровень противодействия коррупции; уровень публичности; уровень экономических запасов; финансовые и экологические показатели; потенциал руководителей; уровень зрелости и развития системы управления охраной труда; уровень извлечения металлов; уровень жизни в регионах присутствия; результативность; уровень мотивации; вовлеченность персонала и др.

Пример №3. Лексическая единица «лучший».

1. «Сеть АЗС «Татнефть» выросла до 850 единиц и традиционно предоставляет *лучший* сервис и качественное топливо»¹⁹.

2. «Компания увеличивает прибыль от реализации нетопливных товаров и услуг благодаря развитию программы лояльности и ассортимента, постоянной маркетинговой активности, формированию дополнительных сервисов, внедрению *лучших* практик ритейла, повышению качества обслуживания клиентов, росту конверсии и модернизации своих АЗС»²⁰.

3. «В целях поддержания высокого уровня вовлеченности и заинтересованности персонала Компания ежегодно отмечает наградами *лучших* сотрудников»²¹.

4. «Позиция РУСАЛа – быть активным участником международных процессов в области устойчивого развития и внедрения *лучших* мировых практик и международных стандартов»²².

Ключевое слово «лучший» является показателем:

- высшей степени оценки проектов инфраструктурных изменений;

¹¹ АО «Металлоинвест» (2021), с. 39.

¹² ПАО «НЛМК» (2021), с. 136.

¹³ ПАО «НОВАТЭК» (2021), с. 68.

¹⁴ ПАО «РУСАЛ» (2021), с. 41.

¹⁵ АО «СУЭК» (2021), с. 97.

¹⁶ ПАО «Сургутнефтегаз» (2020), с. 60.

¹⁷ ПАО «Норникель» (2021), с. 17.

¹⁸ ПАО «НОВАТЭК» (2021), с. 60.

¹⁹ ПАО «Татнефть» (2021), с. 19.

²⁰ ПАО «Лукойл» (2021), с. 21.

²¹ ПАО «Сургутнефтегаз» (2020), с. 60.

²² ПАО «РУСАЛ» (2021), с. 38.

- проектов в области цифровизации экологии;
- практик по внедрению в корпоративную культуру принципов ответственного и справедливого ведения бизнеса;
- отраслевых практик в области эффективности использования материально-технических и топливно-энергетических ресурсов;
- технологических практик;
- мировых практик в области сокращения эмиссии парниковых газов;
- уровня безопасности хвостохранилища;
- практик управления вопросами биоразнообразия и др.

Пример №4. Лексическая единица «увеличение».

1. «Металлоинвест уделяет особое внимание последовательному и непрерывному развитию деятельности в области НИОКР и инноваций. Это обусловлено такими стратегическими направлениями развития Компании, как *увеличение* доли премиальной продукции и объемов производства, повышение качества производимой продукции, а также постоянное улучшение качества нишевой стальной продукции для удовлетворения растущих запросов клиентов»²³.

2. «Реализован комплекс мероприятий для *увеличения* производства жидкого кислорода»²⁴.

3. «В 2021 г. выручка от прочей реализации *увеличилась* на 32 % (или +181 млн долл. США) и составила 749 млн долл. США, в первую очередь за счет роста реализации нефтепродуктов, а также *увеличения* выручки от авиаперевозок в связи с частичным снятием ограничений, связанных с пандемией коронавируса»²⁵.

4. «Запущена четвертая очередь завода «Ямал СПГ» по сжижению газа проектной мощностью 0,9 млн т СПГ в год. Запуск *увеличил* совокупную проектную мощность завода до 17,4 млн т СПГ в год»²⁶.

Ключевое слово «увеличение» характеризует такие направления деятельности, как система экологического менеджмента; технологии производства; позиции в рейтингах; энергоэффективность; доля полезного использования попутного нефтяного газа; доля автоматизированных и предупреждающих контрольных процедур; продажи непрофильных и неликвидных активов; прибыль до уплаты налогов, процентов, износа и амортизации (или англ. EBITDA — Earnings before interest, taxes, depreciation and

amortization); рентабельность; уставный капитал; размер резерва; будущие экономические выгоды; качество производимой продукции; производственные мощности; объемы добычи; реализация продукции; доля премиальной продукции; объем производства; продажи продукции; продолжительность основного отпуска; выплаты работникам; размер будущих пенсий и др.

Пример №5. Лексическая единица «рост».

1. «*Рост* объемов переработки в России и за рубежом связан с проведением плановых ремонтов в 2020 г., а также с увеличением загрузки НПЗ в связи с *ростом* маржи переработки в 2021 г.»²⁷

2. «Стратегия *роста* позволила „Северстали“ нарастить продажи с увеличением доли продукции с высокой добавленной стоимостью, что привело к рекордным финансовым результатам»²⁸.

3. «Компания обладает уникальной ресурсной базой, на основе которой реализует амбициозную программу *роста* производства и повышения производственной эффективности»²⁹.

4. «Мы добились рекордного *роста* в энергетике благодаря нашим приобретениям, сделанным в 2019–2020 гг., и восстановлению спроса на энергию, а также получили отличные результаты в угольном и логистическом сегментах»³⁰.

Ключевое слово «рост» встречается среди таких контекстных употреблений, как рост объемов производства, утилизация попутного нефтяного газа, добыча газа, потребление топлива, ожидания инвесторов, акционерная стоимость компании, доходность инвестиций в акционерный капитал присутствия на ключевых рынках, уровень индустриализации территорий присутствия, показатели по направлению «Деловая этика», конкурентоспособность и привлекательность рабочих мест и работодателя, заработная плата и др.

Пример №6. Лексическая единица «совершенствование».

1. «Компания располагает качественной структурой активов и высокотехнологичной базой, которую постоянно *совершенствует* в соответствии с производственными задачами, в том числе, разрабатывая импортозамещающие технологии и оборудование»³¹.

2. «В отчетном году актуализировано Положение о внутреннем аудите в Группе. Актуализация Положения в том числе отразила фокус развития функции

²³ АО «Металлоинвест» (2021), с. 35.

²⁴ ПАО «НЛМК» (2021), с. 64.

²⁵ ПАО «Норникель» (2021), с. 107.

²⁶ ПАО «НОВАТЭК» (2021), с. 8.

²⁷ ПАО «Лукойл» (2021), с.11–12.

²⁸ ПАО «Северсталь» (2021), с. 24.

²⁹ ПАО «Норникель», с. 2.

³⁰ АО «СУЭК» (2021), с. 10.

³¹ ПАО «Татнефть» (2021), с. 242.

внутреннего аудита в направлении предоставления консультационных услуг менеджменту Группы, направленных на *совершенствование* деятельности, улучшение корпоративного управления, управления рисками и контроля в Группе»³².

3. «В 2020 г. был запущен масштабный проект «ИМПУЛЬС», направленный на *совершенствование* системы и структуры управления Группы «ЛУКОЙЛ» с учетом лучших международных отраслевых практик»³³.

4. «Усовершенствована аппаратурно-технологическая схема выпарной батареи №3 УАЗа с внедрением технологии трехкратного самоиспарения». «... разработана и внедрена *усовершенствованная* схема размола спека на УАЗе»³⁴.

Ключевое слово «совершенствование» направлено на такие области корпоративной деятельности, как совершенствование системы учета выбросов парниковых газов, процессы управления энергетической эффективностью и энергосбережением, управление рисками, системы аудита и внутреннего контроля, практики корпоративного управления, деятельность Совета директоров и его Комитетов, системы менеджмента, технологий и процесса управления рисками информационной безопасности, работа поставщиков, закупочные процессы, энергоменеджмент, бизнес-процессы и др.

Пример №7. Лексическая единица «максимальный».

1. «Комитет по аудиту сформирован исходя из требований *максимальной* эффективности работы и с учетом квалификации членов для достижения оптимального баланса релевантных экспертных компетенций и профессионального опыта»³⁵.

2. «Бизнес-система “Северстали”, разворачивание которой началось в 2010 г., остается основополагающим элементом для поддержания лучшей корпоративной культуры, опирающейся на систематическую реализацию инициатив по оптимизации производства и стандартизации внутренних процессов. Они помогают нам *максимально* эффективно использовать электроэнергию и оборудование, выстраивать клиентоориентированный бизнес и обеспечивать безопасность сотрудников»³⁶.

3. «Благодаря работе 6 центров по отмывке нефтезагрязненного грунта, в том числе 3 модернизированных линии утилизации жидкой фазы, оснащенных трикантерами, происходит *максимальная*

рекуперация нефти, ее возвращение в технологический процесс»³⁷.

4. «Система управления рисками регулярно совершенствуется для выявления всех возможных рисков деятельности и *максимально* эффективного применения методов контроля и управления рисками»³⁸.

Ключевое слово «максимальный» используется в отношении предельных, наибольших показателей деятельности компаний:

- максимальное использование потенциала снижения эмиссии парниковых газов;
- повторное использование откачиваемых карьерных вод;
- прибыль для акционеров;
- контроль всего цикла транспортировки;
- годовой лимит ответственности;
- улучшение качества продукции;
- эффективность в рамках всего бизнес-цикла;
- безопасность производственного процесса, добычи и обогащения на активах;
- загрузка мощностей и др.

Заключение / Conclusion

Перфекционизм в репрезентации корпоративных достижений направлен не только на получение результатов, но и на совершенствование процессов, включая эффективное управление рисками, представляющими угрозу для реализации проектов. Вербальная репрезентация перфекционизма способствует снижению обеспокоенности инвесторов и регулирующих органов, а также антиципации положительных выводов со стороны пользователей. Вербальные корреляты перфекционизма, представленные в вышеприведенных примерах, носят пропозициональный характер, выражая суждение, и выполняют не столько денотативную, сколько ассоциативную функцию, достигая персуазивный эффект. Пропозициональная информация в обезличенной коммуникации годовых отчетов направлена на сохранение долгосрочных отношений с внешними и внутрикорпоративными категориями пользователей.

В дискурсе делового и административного стиля изложения результатов деятельности компании интенсификация преимуществ достигается с помощью таких прагматических стратегий, как вежливость, дружелюбие, дипломатичность, тактичность. Перфекционизм не только соответствует стилю делового изложения корпоративных данных, но и удовлетворяет дихотомической оппозиционности — искренности, открытости перед целевыми

³² АО «Металлоинвест» (2021), с. 81.

³³ ПАО «Лукойл» (2021), с. 46.

³⁴ ПАО «РУСАЛ» (2021), с. 41.

³⁵ ПАО «НЛМК» (2021), с. 287.

³⁶ ПАО «Северсталь» (2021), с. 61.

³⁷ ПАО «Сургутнефтегаз» (2020), с. 54.

³⁸ ПАО «Татнефть» (2021), с. 145.

пользователями, с одной стороны, и необходимостью эффективного продвижения, создания позитивного образа компании, доверия, уважения, положительного отношения и ожиданий, с другой стороны.

Проведенное исследование показывает, что годовые отчеты содержат элементы перфекционизма при вербальной репрезентации результативности деятельности компаний на примере ключевых слов «повышение», «высокий», «лучший», «увеличение» и в меньшей степени в сочетании с лексическими единицами «совершенствование», «рост» и «максимальный», которые транслируют ключевые смыслы высоких достижений для целевой аудитории. Наибольшей частотностью характеризуются слова, обладающие широкой семантикой, способные обозначать как текстовые, так и цифровые результаты деятельности. По мере увеличения элементов перфекционизма компании распределились следующим образом: Международная компания ПАО «Объединенная Компания „РУСАЛ“», ПАО «НОВАТЭК», ПАО «Горно-металлургическая компания „Норильский никель“», ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат», ПАО «Нефтяная компания „Лукойл“», ПАО «Татнефть» им. В.Д. Шашина, ПАО «Северсталь», ПАО «Сургутнефтегаз», АО «Сибирская Угольная Энергетическая Компания», АО «Холдинговая компания „Металлоинвест“». Перечисленные компании занимают высокие рейтинговые позиции как на отечественном, так и на международном рынках.

Принцип перфекционизма характеризует высокую результативность деятельности, которая свидетельствует о конкурентных позициях рассмотренных компаний. Выдающаяся результативность компаний представляет собой ключевую ценность, свидетельствующую о повышении уровня доходов компаний вообще и отдельных целевых групп в частности. Так, рост прибыли означает увеличение заработной платы сотрудников, повышение налоговых отчислений в бюджет, улучшение качества жизни населения. Увеличение стоимости компании вызывает рост инвестиционной привлекательности бизнеса и привлечение инвестиций для дальнейшего развития компании. Стремление к использованию лучших технологий производства для обеспечения экологической безопасности приводит не только к соответствию международным стандартам ресурсосбережения, но и к совершенствованию бизнес-процессов, к повышению эффективности использования сырья и отходов. Внедрение новых цифровых технологий в управление внутренними процессами способствует повышению качества корпоративного управления и эффективности принятия решений.

Выполненное исследование, безусловно, ограничено отобранными ключевыми словами, но выборка не умаляет полученные результаты. Средний показатель перфекционизма как отношение употреблений на число страниц равен 1,39. Использование исследуемых слов с превосходной семантикой носит системный характер, поскольку такие слова используются во всех разделах годовых отчетов. Каждый из рассмотренных отчетов содержит подробную информацию обо всех видах и направлениях деятельности компаний. Риторика репрезентации данных опирается на принцип перфекционизма при описании таких направлений корпоративной деятельности, как:

- повышение энергоэффективности производства;
- достижение высокого уровня ответственности в области соблюдения экологической безопасности;
- цифровизация процессов по улучшению безопасности труда;
- увеличение первоначальной стоимости основных средств;
- совершенствование работы совета директоров;
- процессы управления рисками, аудита и внутреннего контроля;
- улучшение финансовых и нефинансовых показателей;
- максимальное использование стратегических преимуществ;
- рост конкурентоспособности и привлекательности компаний.

В условиях повышенной конкуренции и изменений социально-экономических условий перфекционизм выступает принципом сохранения устойчивости репутации компаний, поддержания осведомленности общественности о корпоративном бренде, а также основанием положительного отношения к деятельности компаний и высокого уровня доверия к производимой продукции. Перфекционизм является интегральным принципом составления корпоративных отчетов и способствует созданию положительного корпоративного имиджа компаний. Перфекционизм как способ репрезентации данных обеспечивает эффективное социальное взаимодействие в процессе обезличенной коммуникации, нацеленной на обеспечение соответствия результативности деятельности ожиданиям заинтересованных групп пользователей.

Список литературы

- Донская Н. Годовой отчет как способ маркетинговых коммуникаций. Маркетинговые коммуникации. 2005;5:9–12.
- Ефремов А.А., Южаков В.Н. Проблемы определения показателей результативности и эффективности экспериментальных правовых режимов в сфере цифрового развития. Информационное общество. 2022;3:80–89. https://doi.org/10.52605/16059921_2022_03_80
- Kamordzhanova N.A., Selezneva A.V. Impact of the Modern Business Environment Challenges on the Development of Corporate Reporting. Scientific Review. Series 1: Economics and Law. 2020;1–2:66–74. <https://doi.org/10.26653/2076-4650-2020-1-2-06>
- Карасик В.И. Самовыражение в разных типах дискурса. Коммуникативные исследования. 2022;9(3):564–574. [https://doi.org/10.24147/2413-6182.2022.9\(3\).564-574](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2022.9(3).564-574)
- Кузьмина Е.Ю., Сохлакова И.В. Деловая репутация компаний: необходимость формирования и проблемы. Управление. 2016;4:74–81. <https://doi.org/10.12737/22792>
- Одинцов Б.Е. Измерение социальных показателей информационного общества. Информационное общество. 2022;6:107–117. https://doi.org/10.52605/16059921_2021_06_107
- Орлов Е.В., Смоляков О.А., Егорова Е.О. Внутрикorporативное взаимодействие на примере системы управленческого учета в инновационном проекте. Управление. 2022;10(2):51–56. <https://doi.org/10.26425/2309-3633-2022-10-2-51-56>
- Осокин А.А. Позиционирование как дискурсивная стратегия. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2022;27(3):567–572. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2022-27-3-567-572>
- Райченко А.В. Мастерство коммуникации. Управление. 2016;2:88–91.
- Санталова М.С. Годовой отчет компании как эффективное средство коммуникации с инвесторами. Вопросы экономики и управления. 2015;2(2):70–76.
- Томюк О.Н., Дьячкова А.В., Новгородцева А.Н. Глобальные тренды цифровой трансформации и медиапозиционирования университетов в социальных сетях. Цифровая социология. 2022;5(1):64–75. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2022-5-1-64-75>
- Филясова Ю.А. Роль эмоционального капитала в предпринимательской среде и его учет в интегрированной системе отчетности. В кн.: Стратегии развития предпринимательства в современных условиях: сборник научных трудов IV национальной (с международным участием) научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 23–24 января 2020. СПб.: Изд-во СПбГЭУ; 2020. С. 214–217.
- Шарков Ф.И., Акопов Г.Л., Понеделков А.В. Влияние цифровых медиатехнологий на систему властно-управленческих отношений в меняющемся международном ландшафте. Коммуникология. 2022;10(3):88–102. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2022-10-3-88-102>
- Filyasova Yu.A. (a). A Semantic field of perfectionism as a social and psychological concept in academic discourse. RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics. 2022;13(2):382–395. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-2-382-395>

References

- Donskaya N. Annual report as a way of marketing communications. Marketing communications. 2005;5:9–12. (In Russian).
- Filyasova Yu.A. The role of emotional capital in the entrepreneurial environment and its accounting in the system of intangible asset reporting. In: Strategies for the development of entrepreneurship in modern conditions: collection of scientific papers of the IV national (with international participation) scientific and practical conference. St. Petersburg, January 23–24. St. Petersburg: Publ. House of St. Petersburg State University of Economics; 2020. Pp. 214–217. (In Russian).
- Filyasova Yu.A. (a) A semantic field of perfectionism as a social and psychological concept in academic discourse. RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics. 2022;13(2):382–395. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-2-382-395>
- Filyasova Yu.A. (b) Perfection as a concept of hyperbolisation in English promotional discourse: a multi-dimensional linguistic analysis. Training, Language and Culture. 2022;6(4):50–61. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2022-6-4-50-61>
- Gao X., Wang X., Tian F. Do significant risk warnings in annual reports increase corporate bond credit spreads? Evidence from China. China Journal of Accounting Research. 2019;12(2):191–208. <https://doi.org/10.1016/j.cjar.2019.04.002>
- Hooghiemstra R., Kuang Y.F., Qin B. Does obfuscating excessive CEO pay work? The influence of remuneration report readability on say-on-pay votes. Accounting and Business Research. 2017;47(6):695–729. <https://doi.org/10.1080/00014788.2017.1300516>
- Jones M.J., Melis A., Gaia S., Aresu S. Impression management and retrospective sense-making in corporate annual reports: Banks' graphical reporting during the global financial crisis. International Journal of Business Communication. 2022;57(4):474–496. <https://doi.org/10.1177/2329488417712010>
- Kamordzhanova N.A., Selezneva A.V. Impact of the Modern Business Environment Challenges on the Development of Corporate Reporting. Scientific Review. Series 1: Economics and Law. 2020;1–2:66–74. <https://doi.org/10.26653/2076-4650-2020-1-2-06>
- Karasik V.I. Self-expression in different types of discourse. Communication Studies. 2022;9(3):564–574. (In Russian). [http://doi.org/10.24147/2413-6182.2022.9\(3\).564-574](http://doi.org/10.24147/2413-6182.2022.9(3).564-574)
- Kuzmina E.Yu., Soklakova I.V. Goodwill of Companies: The Need to Build and Problems. Upravlenie. 2016;4:74–81. (In Russian). <https://doi.org/10.12737/22792>
- Liu Ch., Li Q., Lin Yu-En. Corporate transparency and firm value: Does market competition play an external governance role? Journal of Contemporary Accounting & Economics. 2022;19(1). <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2022.100334>
- Moreno A., Jones M.J. Impression management in corporate annual reports during the global financial crisis. European Management Journal. 2022;40(4):503–517. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2021.08.007>
- Odintsov B.E. Measuring social indicators of the information society. Information Society. 2022;6:107–117. (In Russian). https://doi.org/10.52605/16059921_2021_06_107
- Orlov E.V., Smolyakov O.A., Egorova E.O. Internal company interaction on example of management accounting system

- Filyasova Yu.A.* (b). Perfection as a concept of hyperbolisation in English promotional discourse: A multi-dimensional linguistic analysis. *Training, Language and Culture*. 2022;6(4):50–61. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2022-6-4-50-61>
- Gao X., Wang X., Tian F.* Do significant risk warnings in annual reports increase corporate bond credit spreads? Evidence from China. *China Journal of Accounting Research*. 2019;12(2):191–208. <https://doi.org/10.1016/j.cjar.2019.04.002>
- Hooghiemstra R., Kuang Y.F., Qin B.* Does obfuscating excessive CEO pay work? The influence of remuneration report readability on say-on-pay votes. *Accounting and Business Research*. 2017;47(6):695–729. <https://doi.org/10.1080/00014788.2017.1300516>
- Jones M.J., Melis A., Gaia S., Aresu S.* Impression management and retrospective sense-making in corporate annual reports: Banks' graphical reporting during the global financial crisis. *International Journal of Business Communication*. 2020;57(4):474–496. <https://doi.org/10.1177/2329488417712010>
- Liu Ch., Li Q., Lin Yu-En.* Corporate transparency and firm value: Does market competition play an external governance role? *Journal of Contemporary Accounting & Economics*. 2022;19(1). <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2022.100334>
- Moreno A., Jones M.J.* Impression management in corporate annual reports during the global financial crisis. *European Management Journal*. 2022;40(4):503–517. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2021.08.007>
- in innovative project. *Upravlenie*. 2022;10(2):51–56. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2309-3633-2022-10-2-51-56>
- Osokin A.A.* Positioning as a discursive strategy. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*. 2022;27(3):567–572. (In Russian). <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2022-27-3-567-572>
- Raychenko A.V.* Communication Skills. *Upravlenie*. 2016;2:88–91. (In Russian).
- Santalova M.S.* Annual report of the company as an effective means of communication with investors. *Issues of Economics and Management*. 2015;2(2):70–76. (In Russian).
- Sharkov F.I., Akopov G.L., Ponedelkov A.V.* The impact of digital transformation on power-management relations in the changing international landscape. *Communicology*. 2022;10(3):88–102. (In Russian). <http://doi.org/10.21453/2311-3065-2022-10-3-88-102>
- Tomyuk O.N., Diachkova A.V., Novgorodtseva A.N.* Global trends in digital transformation and media positioning of universities in social networks. *Digital Sociology*. 2022;5(1):64–75. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2022-5-1-64-75>
- Yefremov A.A., Yuzhakov V.N.* Problems of determining the indicators of performance and efficiency of experimental legal regimes in the sphere of digital development. *Informational Society*. 2022;3:80–89. (In Russian). https://doi.org/10.52605/16059921_2022_03_80