

**ЭВФЕМИЗМЫ И ДИСФЕМИЗМЫ КАК БЛИЗКИЕ  
ПО ЗНАЧЕНИЮ СЛОВА (НА МАТЕРИАЛЕ НОВОСТНЫХ  
ПОРТАЛОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ)**

***Е.Н. Кондратенко***

*Кандидат филологических наук,  
доцент кафедры иностранных языков  
e-mail: [ekaterina-enz@yandex.ru](mailto:ekaterina-enz@yandex.ru)*

*Юго-Западный государственный университет*

*В статье рассматривается специфика близости лексических значений с точки зрения эвфемистических и дисфемистических замен. Особое внимание уделяется эмоционально-оценочным коннотациям, используемым в заголовках новостной ленты в сети Интернет. Отмечается, что использование приемов эвфемизации и дисфемизации направлено на привлечение внимания к публикации, а также на оказание влияния на формирование ценностных ориентиров носителей языка.*

**Ключевые слова:** *близость значений, эвфемизм, дисфемизм, вуалирование, оценочность.*

В настоящее время язык средств массовой информации вызывает немалый интерес у лингвистов. Это связано прежде всего с тем, что тексты СМИ оказывают большое влияние на развитие языка в целом, а также на формирование мировоззрения носителей языка. Именно источники информации о культурных, экономических, политических и социальных событиях становятся показателем языковых предпочтений общества. При этом общественная оценка того или иного явления зачастую проявляется с помощью приемов эвфемизации и дисфемизации. Исследование этих понятий достаточно актуально в последнее время в связи с заинтересованностью в изучении способов и механизмов оказания влияния на общественное сознание, формирования стереотипов, а также участия средств массовой информации в данном процессе.

С точки зрения оценочности, эвфемизмы и дисфемизмы прямо противопоставлены друг другу, но при этом могут рассматриваться как слова, близкие по своему значению. Следует отметить, что эвфемизмы представляют собой так называемые разрешённые слова, которые используют вместо запрещённых (табуированных) [Реформатский 2005: 105]. Согласно словарю С.И. Ожегова, под эвфемизмом понимается «слово или выражение, заменяющее другое, неудобное для данной обстановки или грубое, непристойное, например, *неумный* вместо *дурак*» [Ожегов 1978: 831]. По мнению Л.П. Крысина, эвфемизмы употребляются с целью уклонения от коммуникативных конфликтов и вуалирования сути

дела, а также для того чтобы зашифровать сообщение, предназначенное лишь для посвященных слушателей [Крысин 1994]. Таким образом, при помощи эвфемизации происходит смягчение значения слов, неуместных в той или иной ситуации общения. В свою очередь, употребление дисфемизмов, напротив, ведет к появлению или преувеличению степени отрицательной коннотации описываемого явления. По мнению Е.И. Шейгал, в основе понятий эвфемии и дисфемии лежит номинативное варьирование, обусловленное заменой отрицательного оценочного знака на положительный в первом случае и преобразованием оценочного знака с положительного или нейтрального на отрицательный – во втором [Шейгал 2000]. Если целью использования эвфемизмов является стремление сформировать позитивное восприятие объекта, то цель дисфемизма – вызвать неприязнь, антипатию или отвращение [там же].

Следует отметить, что, затрагивая процессы эвфемизации и дисфемизации, мы обращаемся к проблеме близости значения слов, обусловленной актуализацией множества связей по линии как языковых, так и энциклопедических знаний [Лебедева 2008]. Зачастую близость значения слов обусловлена оценочным, эмоциональным или иным видением ситуации. Так, например, оценочность становится важным инструментом воздействия средств массовой информации на сознание общества. СМИ используют те или иные лексемы с общим значением в зависимости от поставленной коммуникативной задачи. С целью создания определенных оценок одна и та же информация передается по-разному: *Произошла оптимизация цен* (положительная коннотация). *Произошел рост цен* (нейтральная коннотация). *Произошел необоснованный скачок цен* (отрицательная коннотация). Приведенные примеры достаточно ярко иллюстрируют прагматический характер близости значений сравниваемых лексем. Следовательно, информационная функция текста СМИ выходит на второй план, первичной же становится воздействующая задача, суть которой заключается в стремлении субъекта речи навязать адресатам определенную оценку описываемым событиям. Использование оценочных коннотаций открыло для современных массмедиа новые возможности воздействия, что позволило им переместиться с описывающих позиций на позиции, формирующие ситуацию [Почепцов 2002: 149]. Таким образом, складывается позитивное или негативное восприятие обществом получаемой информации.

Отдельного внимания, на наш взгляд, требует исследование эвфемизмов и дисфемизмов как близких по значению слов в контексте новостной ленты в сети Интернет. Всемирная паутина в последнее время приобрела статус наиболее часто используемого источника получения информации. Этот факт подтверждается множеством проведенных исследований и соцопросов [Топ-менеджеры читают Интернет СМИ [http](http://), Самый главный источник политической информации [http](http://), Российский

интернет как средство политической коммуникации <http>]. Приведем в качестве примера сводную таблицу основных источников получения общественно-политической информации (см. Рис. 1) [Шаламова <http>].

	%
Интернет	55
Телевизионные программы	47,5
Газеты	23,1
Социальные сети в Интернет	15
Из разных источников (целенаправленно)	12,5
Друзья	7,4
Молодежные массовые акции	5,0
Родители	5,4
Радиопрограммы	4,3

**Основные источники получения информации общественно-политического характера**

Рис. 1.

В связи с постоянно растущей популярностью сети Интернет происходит значительное изменение языковой ситуации в целом. Свобода слова участников виртуальной коммуникации оказывает воздействие на все механизмы языка, и это воздействие не всегда имеет положительный характер. Сетевое пространство становится местом формирования новых взглядов, ценностей и стереотипов. Наблюдается явное снижение и усреднение речевого стандарта в глобальной сети, увеличившееся влияние которой на языковую среду сегодня не вызывает сомнений [Глущенко 2015]. Тенденция демократизации языка и стремления СМИ быть ближе к людям провоцирует появление в прессе, интернете и на телевидении все большего количества оценочно-экспрессивной лексики, использующейся с целью манипулирования сознанием общества [Горбачева, Омельченко 2016].

Все чаще в заголовках достаточно серьезных новостных порталов встречаются разговорные или сленговые выражения, призванные преувеличить отрицательную оценочность объекта речи. Так, в новостной ленте сети Интернет [Яндекс Новости <http>] можно встретить как оценочно-нейтральные заметки: *Минобороны России заявило о согласовании боевиками плана провокации* (Russia Today, 07.09.18), так и заголовки, в которых проявляется дисфемия, выраженная преувеличением и без того негативного смысла информации: *Минбороны сообщило о сходе*

**террористов для провокации** (Московский комсомолец, 08.09.18). Приведенные примеры демонстрируют варьирование прагматического фокуса с целью усиления пейоративности высказывания во втором случае. Автор сообщения увеличивает отрицательное восприятие адресатом получаемой информации, тем самым привлекая внимание читателя именно к своей статье. Данная стратегия часто реализуется в текстах СМИ для повышения рейтинга медиаресурса.

Еще одним примером дисфемизации является следующий заголовок новостной ленты: **Слетела с катушек: срыв и оскорбления от Серены Уильямс в финале US Open** (РИА Новости, 10.09.18). Мы видим, что название статьи характеризуется экспрессивной окраской за счет употребления выражения *слететь с катушек*. Экспрессивно-окрашенная лексика призвана воздействовать на целевую аудиторию, навязывая определенные идеи и способствуя появлению не только эмоциональной реакции в виде переживаемых чувств, но и реакций в виде действий и поступков. Другой новостной портал, публикуя ту же новость, использует в своем заголовке нейтрально-окрашенную лексику: **Серена Уильямс оскорбила судью во время финала US Open** (Советский спорт, 10.09.18). Таким образом, при дисфемии прослеживается оценочное смещение от нейтрально-объективного описания факта к отрицательной коннотации упоминаемого события. Подобная тенденция прослеживается на примере следующих заголовков новостной ленты: **Порошенко не стал давать прогнозы, когда на Украине настанет мир** (РИА Новости, 10.09.18); **Порошенко побоялся прогнозировать наступление мира на Украине** (Московский комсомолец, 10.09.18). Лексемы *не стал* и *побоялся* выступают в данном случае как слова близкие по своему значению, но имеющие разную оценочность. Выбор дисфемизма *побоялся* обусловлен намеком на трусость президента Порошенко и нацелен на его выставление в неприглядном свете.

Использование эвфемистических номинаций, в свою очередь, призвано получать коннотацию общественного одобрения. Вследствие этого происходит отказ от прямой номинации, направленный на категоризацию в сторону удаления от прототипа и размывания референтной соотнесенности [Асеева 1999]. В новостной ленте достаточно часто употребляются такие эвфемистические замены, как *миротворцы* вместо *боевики*, *денонсация* вместо *расторжение*, *ликвидация* вместо *убийство* и т.д. Таким образом, происходит искажение истинного значения с целью затемнения нежелательных смысловых составляющих. Одной из функций эвфемизма также является позитивная самопрезентация: **Россия будет отстаивать свои интересы при любых обстоятельствах** (U-news24.com, 30.09.18). Эвфемизм *отстаивание своих интересов* подразумевает, в том числе, и возможный межнациональный конфликт, однако, маскируется под нечто благоприятное, имеющее положительный

контекст. Данное высказывание также является ярким примером попытки манипуляции сознанием адресата, вызывающей у него чувство патриотизма и национальной гордости.

Итак, эвфемизмы и дисфемизмы демонстрируют близость своих значений, выражая при этом различную коннотацию, они подвержены социальным и политическим изменениям, происходящим в обществе. Перекодирование оценочного знака происходит с целью манипуляции сознанием носителей языка, что приводит к появлению определенных ценностей и идей. Вуалирование или же, напротив, гиперболизация истинного смысла выступают как в качестве средства отвлечения, так и привлечения внимания к отрицательным явлениям действительности. Полагаем, что подобное искажение реального значения влечет за собой снижение достоверности информации и распространение необъективных данных.

### *Библиографический список*

*Асеева Ж.В.* Лексические средства выражения идеологии политической корректности в современном английском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Иркутск, 1999. 17 с.

*Горбачева Е.Ю., Омельченко К.Э.* Агрессивная коннотация в текстах СМИ // Молодой ученый. 2016. №28.1. С. 8–11 [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/132/36776/> (дата обращения: 30.09.2018).

*Глушченко А.Н.* Интернет-дискурс, его статус во Всемирной паутине и влияние на повседневную жизнь // Молодой ученый. 2015. №8. С. 1107–1109 [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/88/17286/> (дата обращения: 11.10.2018).

*Крысин Л.П.* Эвфемистические способы выражения в современном русском языке // Русский язык в школе. М., 1994. № 5. С. 76–82.

*Лебедева С.В.* Некоторые замечания о близости значения слов // Теория языка и межкультурная коммуникация. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2008. №1 (3) [Электронный ресурс]. URL: <http://tl-ic.kursksu.ru/pdf/003-08.pdf> (дата обращения: 15.10.2018).

*Ожегов С.И.* Словарь русского языка. М.: Сов. энциклопедия, 1978. 847 с.

*Почепцов Г.Г.* Психологические войны. М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2002. 576 с.

*Реформатский А.А.* Введение в языковедение: учебник для вузов. М.: Аспект Пресс, 2005. 536 с.

*Российский интернет как средство политической коммуникации* [Электронный ресурс]. URL: <http://moyuniver.net/rossijskij-internet-kak-sredstvo-politicheskoy-kommunikacii/> (дата обращения: 16.10.2018).

*Самый главный источник получения информации* [Электронный ресурс]. URL: <http://samogoo.net/samyiy-glavnyiy-istochnik-politicheskoy-informatsii.html> (дата обращения: 16.10.2018).

*Топ-менеджеры читают интернет-СМИ* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.amic.ru/news/135312/amp/> (дата обращения: 16.10.2018).

*Шаламова Л.Ф. Некоторые результаты социологического опроса молодежи* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.docme.ru/doc/491726/nekotorye-rezul-taty-sociologicheskogo-oprosa-molodezhi> (дата обращения: 15.10.2018).

*Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: дис. ... докт. филол. наук: 10.02.01, 10.02.19. Волгоград, 2000. 440 с.*

*Яндекс Новости* [Электронный ресурс]. URL: <https://news.yandex.ru/> (дата обращения: 30.09.2018).