

Эвфемизация как средство воздействия в текстах на международную тематику

Научный руководитель – Вольская Надежда Николаевна

Портная Милена Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия
E-mail: melanyapple9@gmail.com

На данный момент эвфемизация является свойством современного медиатекста. Стремительное распространение и доступность информации, связанные с появлением Интернета и онлайн-изданий, конкурирующих за внимание и хорошее отношение аудитории, стимулируют активное употребление эвфемизмов. С одной стороны, их использование - результат стремления избежать межличностных конфликтов и сохранить вежливость и корректность, а с другой, попытка вуалировать существо дела и инструмент для формирования определенного восприятия событий и явлений у читательской аудитории. Частность употребления и типы эвфемизмов, используемых в прессе, варьируются в зависимости от тематики издания и его целевой аудитории.

Переходя к использованию эвфемизмов в качественных изданиях, к которым в современном российском медиапространстве относятся газеты «Коммерсант», «Независимая газета», «РБК daily», «Российская газета», журналы «Эксперт», «Итоги», «Русский Newsweek», можно утверждать о том, что в них (по классификации Л. П. Крысина) намного чаще используются группы социальных, а не личных эвфемизмов [Крысин Л. П. Эвфемизмы в современной русской речи. Москва, 2004.]. На примере аналитических статей и новостных заметок, публикуемых газетой «Коммерсант», можно отметить, что в таких изданиях преобладают социальные эвфемизмы, относящиеся к военной сфере и к темам, касающимся определенных социальных групп (например, мигрантов или граждан, имеющих статус иностранных агентов), а им в свою очередь уступают в численности эвфемизмы, применяемые к репрессивным действиям власти, государственным тайнам и секретам, сфере деятельности силовых структур (разведка, полиция) и распределения и обслуживания, отвечающей за обеспечение граждан необходимыми ресурсами и услугами.

Частность и цели использования социальных эвфемизмов зависят от геополитического положения государства и политико-экономической направленности публикаций качественных изданий. Например, военные эвфемизмы «объекты поражены», «военное преимущество», «сдерживание агрессии», «противодействие угрозам», «установить контроль над пунктом», «прорыв границы», «прикрытие от ударов», «нанести групповой удар», «вооруженные формирования» обильно встречающиеся в выпусках «Коммерсанта» за период от 01.10.2024 до 01.02.2025, употребляются при описании аспектов военной деятельности с целью смягчения их восприятия, военные эвфемизмы «роботизированные комплексы», «воздушно-технические силы», «подрывные инструменты», «технологические комплексы» – с целью скрыть потенциал определенного оружия, а эвфемизм «стал жертвой взрыва бомбы» - с целью героизировать образ человека, связанного с военными действиями.

Относящиеся к темам положения определенных социальных групп эвфемизмы, например, «трудовой ресурс», «рабочая сила» (о мигрантах), также встречающиеся в выпусках «Коммерсанта», используются с целью формирования общественного восприятия мигрантов, а эвфемизмы «режим высылки мигрантов», «система контроля над мигрантом», «система отслеживания мигрантов» - с целью доказать необходимость введения мер

для управления миграционными процессами. Принадлежащие сфере дипломатии эвфемизмы “центры силы”, “глобальное управление” могут использоваться для указания на военный или экономический потенциал того или иного государства, “вражеское влияние”, “иностранный вмешательство”, “информационное давление” для облегченного восприятия негативных действий со стороны других государств и для представления аудитории страны или организации в роли потенциальной угрозы, а эвфемизмы “вакуум власти”, “угроза власти”, “судьба страны под угрозой”, “утрата контроля” для указания на бедственное положение государства. Эвфемизмы “долговая нагрузка”, “гуманитарная блокада”, “бюджетный дефицит” относятся к сфере обслуживания и помогают избежать номинаций финансовых проблем страны, имеющих более негативную коннотацию. Соответственно, цели, с которыми употребляются социальные эвфемизмы разнообразны и не поверхностны: в них входит не только стремление завуалировать и сокрыть существо события или явления, но и намерение посредством специально подобранных лексических средств вызывать у аудитории определенный эмоциональный настрой, направив ее восприятие информации в желаемое русло.

В публикуемых качественными изданиями материалах мотивацией использования эвфемизмов, представляющих собой средство речевой манипуляции, является стремление воздействовать на аудиторию и формировать определенное восприятие политической, экономической, культурной картины мира. В свою очередь высокообразованная целевая аудитория качественной прессы, привыкшая анализировать прочитанное, устойчива к прямому воздействию, но в большей степени восприимчива к косвенному воздействию, осуществляемому через лексические средства, к которым и относятся эвфемизмы. Лишаясь эвфемизации, одна часть современных медиатекстов лишается деликатности, корректности, убедительности и смягчающего воздействия, теряя возможность выразить необходимое для связи с аудиторией сочувствие, а другая приобретает излишнюю жесткость, иницирующую чувства неприязни и отторжения, которые могут быть направлены в сторону политических инициатив, органов власти или социальных групп. Позволяя современному медиатексту сохранять нужную эмоциональную окраску, эвфемизация, играя амбивалентную роль, является прочно закрепившимся в медиапространстве элементом и способом воздействия на нее.