



Информация для цитирования:

Шубина Э. Л. Эвфемизированные заголовки статей в экономических новостях немецкой газеты «Die Tageszeitung» / Э. Л. Шубина, Ю. А. Райкова // Научный диалог. — 2023. — Т. 12. — № 6. — С. 190—211. — DOI: 10.24224/2227-1295-2023-12-6-190-211.

Shubina, E. L., Raikova, Ju. A. (2023). Euphemistic Headlines in Economic News Articles of German Newspaper ‘Die Tageszeitung’. *Nauchnyi dialog*, 12 (6): 190-211. DOI: 10.24224/2227-1295-2023-12-6-190-211. (In Russ.).



Журнал включен в Перечень ВАК

DOI: 10.24224/2227-1295-2023-12-6-190-211

**Эвфемизированные
заголовки статей
в экономических новостях
немецкой газеты
«Die Tageszeitung»**

Шубина Эльвира Леонидовна *
orcid.org/0000-0001-9649-1024
доктор филологических наук,
профессор кафедры немецкого языка,
* *корреспондирующий автор*
elvira.shubina@mail.ru

Райкова Юлия Александровна
orcid.org/0000-0003-3241-3531
преподаватель,
кафедра немецкого языка
jrajkova@mail.ru

Московский государственный институт
международных отношений
(университет)
Министерства иностранных дел
Российской Федерации
(Москва, Россия)

**Euphemistic Headlines
in Economic News Articles
of German Newspaper
‘Die Tageszeitung’**

Elvira L. Shubina *
orcid.org/0000-0001-9649-1024
Doctor of Philology, Professor,
Department of German Language,
* *Corresponding author*
elvira.shubina@mail.ru

Julia A. Raikova
orcid.org/0000-0003-3241-3531
lecturer,
Department of German Language
jrajkova@mail.ru

Moscow State Institute
of International Relations (University)
of the Ministry of Foreign Affairs
of the Russian Federation
(Moscow, Russia)

© Шубина Э. Л., Райкова Ю. А., 2023

ОРИГИНАЛЬНЫЕ СТАТЬИ

Аннотация:

Проанализированы эвфемизированные варианты новостных заголовков по экономической проблематике из немецкого электронного издания «Die Tageszeitung» за период с 2022 по 2023 годы. Выбор периода объясняется повышенным вниманием немецких СМИ к событиям, связанным с энергетическим кризисом и экономическими проблемами. Актуальность исследования обусловлена тем, что проблемы в сфере экономики способствует появлению новых эвфемизмов. На основе таких критериев, как обозначение нежелательного денотата, улучшение характера денотата и др., были выявлены эвфемизированные заголовки статей. Методом сплошной выборки выделено 44 эвфемизированных выражения. Авторы подробно комментируют каждый пример с позиций способов достижения эффекта хеджирования. Предлагается классификация эвфемизированных выражений немецкоязычного публицистического дискурса по пяти тематическим группам: бедность — богатство, забастовки, работа, рост цен и инфляция. Отмечается, что группа заголовков, посвященных теме инфляции и роста цен (особенно на газ и электроэнергию), наиболее подвержена эвфемизации. Сделан вывод о том, что немецкие журналисты прибегают в заголовках к таким способам эвфемизации, как иноязычные заимствования, словосложение, игра слов и др.

Ключевые слова:

заголовок; эвфемизм; эвфемистическая замена; коннотация; публицистический дискурс.

ORIGINAL ARTICLES

Abstract:

Analysis of Euphemized Headlines on Economic Issues from the German Electronic Publication 'Die Tageszeitung'. The study examines articles from the period 2022 to 2023, as this timeframe coincided with heightened attention from German media towards events related to the energy crisis and economic problems. The relevance of this research lies in the fact that economic issues often give rise to the emergence of new euphemisms and euphemistic expressions. Based on criteria such as denotation of undesired referents and improvement of referent characterization, euphemized article headlines were identified. A total of 44 euphemistic expressions were selected using a comprehensive sampling method. The authors provide detailed commentary on each expression from the perspective of hedging techniques. A classification of euphemistic expressions in German-language journalistic discourse is proposed, encompassing five thematic groups: poverty-wealth, strikes, work, price increases, and inflation. It is noted that the group of headlines addressing inflation and price increases (particularly in relation to gas and electricity) is most susceptible to euphemization. The authors conclude that German journalists employ various euphemistic techniques in their headlines, including loanwords, compound words, wordplay, and others.

Key words:

headline; euphemism; euphemistic replacement; connotation; journalistic discourse.



Эвфемизированные заголовки статей в экономических новостях немецкой газеты «Die Tageszeitung»

© Шубина Э. Л., Райкова Ю. А., 2023

1. Введение = Introduction

Средства массовой информации непрерывно развиваются, подстраиваясь под условия современной жизни. В эпоху преобладания теле- и интернет-коммуникаций печатные СМИ теряют былую популярность. Многие газеты и журналы оказываются под угрозой исчезновения, но благодаря цифровизации, а именно появлению электронных интернет-изданий, вновь получают право на существование. Основными задачами журналистов при этом становятся сохранение целевой аудитории и поддержание их интереса. Для того чтобы привлечь и удержать внимание потенциального читателя, автор публицистического текста должен иметь особый уникальный стиль, который проявляется уже на этапе подбора подходящего заголовка.

От выбора правильного заголовка зависит, будет ли далее прочитан предложенный материал. Чтобы заголовок имел воздействие на читателя, то есть вызывал интерес, он должен содержать краткое, но ёмкое высказывание, точно описывающее определенную ситуацию. В формулировке заголовка всегда присутствует оценочный компонент, привнесенный автором статьи, направленный как на придание описываемой ситуации экспрессивности, так и на приуменьшение масштаба рассматриваемой проблемы. В условиях экономического кризиса в Германии журналисты немецких печатных СМИ стремятся завуалированно подавать необходимую информацию для читателей. В таких случаях новостной заголовок включает в себя эвфемизированное выражение, скрывающее возможную причину тревоги. Приём эвфемизации также позволяет автору представить ситуацию в более выгодном свете. Период кризисного состояния экономики вызывает необходимость использования эвфемизированных лексем, что обусловило актуальность данного исследования.

Цель исследования заключается в выявлении, лингвистическом описании и классификации выражений с эвфемистической окраской, встречающихся в новостных заголовках статей из немецкого электронного издания «Die Tageszeitung»; материалом послужили только заголовки статей, посвященных вопросам экономики.

Новизна исследования состоит в том, что до сих пор в отечественной германистике не было предпринято попыток лингвистического описания и систематизации эвфемизированных слов и выражений на экономическую тематику на основе новостных заголовков в немецком языке. Динамические социально-экономические процессы в Германии способствуют тому, что продуктивными становятся тематические группы эвфемизмов, связанные с экономическими проблемами в обществе.

2. Материал, методы, обзор = Material, Methods, Review

Материалом для исследования послужили заголовки статей на экономическую тематику из электронной версии немецкой ежедневной газеты «Die Tageszeitung», опубликованных с 2022 по 2023 годы. Данный промежуток времени ознаменовался ухудшением экономической ситуации в Германии, а именно резким повышением уровня инфляции, увеличением разницы в доходах населения, активными протестами трудовых коллективов. Методом сплошной выборки было выделено 44 эвфемизированных выражения с целью их дальнейшего описания и тематической систематизации. Кроме того, использовались методы контекстуального анализа, компонентного анализа и количественного анализа.

Отечественные и зарубежные лингвисты по-разному трактуют понятие «эвфемизм». Исходя из определений Л. П. Крысина, М. Л. Ковшовой, Н. Цельнер, эвфемизмы выполняют следующие функции: 1) служат для замены одной лексической единицы другой; 2) смягчают или вуалируют нежелательное (грубое, нетактичное) обозначение понятия; 3) способствуют предотвращению коммуникативных разногласий и сохранению социальной стабильности [Крысин, 1994, с. 29; Ковшова, 2007, с. 7; Zöllner, 1997]. В нашей работе мы понимаем под эвфемизмами слова, словосочетания, заменяющие негативные номинации явлений в экономике, а именно снижение темпов экономического роста, усиление инфляции, снижение уровня жизни.

При анализе практического материала не всегда удастся четко разграничить эвфемизмы и неэвфемизмы, ведь сложность может быть вызвана субъективным восприятием отдельного индивида [Чепорухина, 2021, с. 96]. Для облегчения данной задачи мы обратились к работам Е. П. Сеничкиной, И. А. Солодиловой и Т. Ю. Соколовой, в которых перечислены критерии выделения эвфемизмов. Так, первым критерием является обозначение **нежелательного денотата**, чему способствует отрицательный характер эмоций, которые вызывает вуалируемое обозначение понятия [Сеничкина, 2008, с. 4—5; Солодилова, 2017, с. 76]. В экономическом дискурсе, например, лексема *Preiskorrektur* (адаптация, корректировка цен) выполняет эвфемистическую функцию, так как ассоциируется с **неже-**

лательным денотатом (рост цен вызывает негодование у потребителей товаров и услуг). Данную точку зрения разделяет Бердова, ведь, по ее мнению, эвфемизмы служат для замены стигматичного, то есть негативного денотата [Бердова, 1981, с. 28]. Слово *Preiskorrektur* обладает также **семантической неопределенностью**, так как не указывает прямо на рост цен, а лишь подчеркивает сопутствующий признак (корректировка). Кроме того, лексема **улучшает денотат**, так как заимствованное слово *Korrektur* звучит более неопределенно и потому не так негативно, как лексема *Preiserhöhung* (повышение цен), при этом происходит **нейтрализация стигматичности денотата** [Солодилова, 2017, с. 76]. Вместе с этим и говорящий, и адресат понимают, о чем идет речь. Ведь, как правило, так называемая корректировка приводит к повышению цен, поэтому улучшается денотат лишь формально, то есть при помощи лексемы *Korrektur* [Сеничкина, 2008, с. 4—5]. Никитина, Солодилова, и Соколова дополняют перечисленные выше критерии, обращая внимание на тот факт, что в процессе эвфемизации должны сохраниться истинность и информативность высказывания, то есть денотат **улучшается формально** [Никитина, 2015, с. 18; Солодилова, 2017, с. 77]. В нашем примере эвфемизированная лексема *Preiskorrektur* не противоречит antecedенту *Preiserhöhung*.

Так как выбор лексемы может быть обусловлен нормами и устоями общества, ещё одним критерием идентификации эвфемизированных номинаций является **социокультурная детерминированность**. В этом случае эвфемизмы «несут в себе дополнительную социальную нагрузку, так как их формирование всегда протекает под воздействием социальных условий и условностей, которые, в свою очередь, утверждаются культурой и ее нормами в обществе (приемлемость / неприемлемость, корректность / некорректность, пристойность / непристойность слова и выражения)» [Солодилова, 2017, с. 76]. Увеличение разницы в доходах населения негативно воспринимается социумом, в частности в европейских странах. Например, в Германии вместо прямой номинации *Reiche* (богатые) используется эвфемизм *Gutverdienende* (хорошо зарабатывающие).

Эвфемизированные выражения используются для камуфлирования и вуалирования информации, что также является основной функцией хеджирования. Понятие хеджирования было введено в лингвистику американским учёным Дж. Лакоффом, хеджирование способствует размыванию значения понятия, делая его «неясным» [Lakoff, 1972; Prince et al., 1982, p. 85]. В связи с этим при употреблении средств хеджирования возникает определенный разрыв между адресантом и самим сообщением, которое он хотел бы передать [Rounds, 1982]. Э. Л. Шубина определяет лингвистическое хеджирование как «речевое страхование» [Шубина, 2019, с. 84].

Согласно А. В. Седовой, хедж-эвфемизмы в публицистическом тексте используются авторами статей для того, чтобы свести к минимуму личную ответственность за передаваемую информацию, исключить категоричность суждения [Седова, 2022, с. 49].

В процессе отбора статей из электронной версии издания «Die Tageszeitung» были выделены следующие тематические группы из блока экономики, которые представляются наиболее интересными для лингвистического описания содержащихся в заголовках эвфемизированных выражений:

- бедность — богатство;
- забастовки;
- работа (непрестижные профессии, низкие зарплаты);
- рост цен и инфляция (увеличение стоимости продуктов питания и электроэнергии);
- общая характеристика экономической обстановки в Германии.

Руководствуясь упомянутыми выше критериями (обозначение нежелательного / стигматичного денотата, семантическая неопределенность эвфемизма, улучшение характера / нейтрализация стигматичности денотата, формальный характер улучшения денотата, социокультурная детерминированность), мы выявили в текстах анализируемого издания на экономическую тематику заголовки статей, которые, на наш взгляд, эвфемизированы.

3. Результаты и обсуждения = Results and Discussion

3.1. Тематическая группа «Бедность — богатство»

В заголовках статей из блока экономики, посвященных проблеме разницы в доходах населения Германии, были выделены преимущественно неэвфемизированные варианты. Авторы статей открыто заявляют о существовании большого количества малоимущих людей и используют прямые номинации «die Armut» (бедность), «arm» (бедный). Однако в ходе поиска примеров за указанный период были обнаружены статьи, содержащие в заголовках эвфемизированные лексемы.

Одна из статей данной группы озаглавлена следующим образом: «*Wenn WG-Wohnen zum Luxus wird*» (Когда проживание в коммуналке для студентов становится роскошью). Проблема высоких цен на аренду квартиры или комнаты затрагивает в основном молодых людей, например, студентов, которые еще не достаточно зарабатывают, чтобы обеспечить себя всем необходимым. Автор избегает формулировок типа «*студентам не хватает денег*» или «*проживание в коммунальной квартире слишком дорого стоит*», а использует лексику *Luxus*, которая ассоциируется с элитной, шикарной жизнью, что позволяет скрыть негативные стороны проблемы нехватки денег на оплату жилья. Ю. Д. Апресян рассматривает семантические ассоци-

ации (коннотации) как «элементы прагматики, отражающие связанные со словом культурные представления и традиции, а также господствующую в данном обществе практику использования соответствующей вещи и многие другие внеязыковые факторы» [Апресян, 1995, с. 67].

Словарь определяет значение слова *Luxus* как «расходы, превышающие “жизненный стандарт”» [DWDS]. У каждого человека свои ассоциативные связи с данной заимствованной лексемой, так как для кого-то люкс — это наличие свободного времени, а для кого-то места, достатка: «*Der wahre Luxus ist doch, Platz zu haben*» [Zeit Magazin, 2017] (Истинная роскошь — иметь своё место); «*Für mich persönlich bedeutet Luxus, nicht kochen zu müssen, wenn ich darauf keine Lust habe*» [Die Zeit, 2017] (Лично для меня роскошь — это возможность не готовить самому, когда у меня нет настроения).

С 2022 года многие граждане Германии оказались в бедственном положении из-за непрерывного роста цен на товары и услуги первой необходимости, поэтому упоминание прямой номинации «богатства» является нежелательным. Для статьи о том, что Германия внесла существенный вклад в бюджет ЕС, автор подобрал заголовок с использованием эвфемизма: «*Spitzenzahler Deutschland*» (Германия — ведущий наполнитель бюджета Евросоюза). А для статьи о том, что богатые чаще путешествуют, автор выбрал завуалированное наименование *Spitzenverdiener* в заголовке: «*Spitzenverdiener fahren mehr*» (Люди с высоким уровнем дохода ездят чаще).

При сравнении упомянутых лексических единиц *Spitzenzahler* (плательщик, который платит большую сумму налогов) и *Spitzenverdiener* (человек с высоким уровнем дохода) мы наблюдаем наличие одинакового словообразовательного элемента *spitzen-*. В немецком языке лексема *die Spitze* многозначна, и среди её значений присутствуют ‘вершина’, ‘верхушка’, ‘крайность’. В словаре приводится также следующая дефиниция с пометой «фам.»: ‘что-либо, кто-либо является превосходным, отличным’ [DWDS]. Из этого следует, что обе приведённые выше лексемы не имеют негативной коннотации. Слово *Spitzenzahler* (вместо прямой номинации «*der Staat, der am meisten bezahlt hat*») употребляется автором для описания государства, которое произвело значительные налоговые выплаты по сравнению с другими странами Евросоюза. В то время как обозначение *Spitzenverdiener* в заголовке «*Spitzenverdiener fahren mehr*», в отличие от прямой номинации *Reiche* (богатые), характеризует людей, которые много зарабатывают и добились этого высокого социального статуса своим трудом.

Начиная с 2022 года и по настоящее время в экономических разделах немецких газет появляются статьи, которые посвящены благотворительным организациям, связанным с задачей продуктов питания нуждающимся людям: «*Etwa zwei Millionen Menschen holen Lebensmittel bei der Tafel*» (Около



двух миллионов человек берут продукты в благотворительной организации [Spiegel, 2022], «*Lage der Tafeln in Berlin und Brandenburg "sehr angespannt"*» (Ситуация с благотворительными организациями в Берлине и Бранденбурге «очень напряженная») [Berliner Zeitung, 2023], «*Tafeln in Niedersachsen und Bremen: Weiterhin hohe Nachfrage*» (Благотворительные организации в Нижней Саксонии и Бремене: Спрос остается высоким) [Süddeutsche Zeitung, 2023], «*Tafeln beklagen starke Überlastung wegen wachsender Nachfrage*» (Благотворительные организации жалуются на сильную перегрузку в связи с растущим спросом) [Die Zeit, 2023]. Выделенная лексема *Tafel* имеет несколько значений, в том числе значение ‘празднично накрытый стол’. Ассортимент продуктов, которые раздает нуждающимся благотворительная организация, разнообразен и включает деликатесы. Обращаясь за помощью, люди с финансовыми трудностями могут позволить себе действительно праздничное угощение. В связи с этим номинация *Tafel* эвфемизирована, так как за положительной коннотацией скрывается неприятный факт действительности о том, что все больше граждан Германии вынуждены пользоваться услугами благотворительной организации.

Одна из статей в нашем материале озаглавлена: «*Tafeln sehen sich „am Limit“*» (Благотворительные организации «на пределе»). Кроме эвфемизированной лексемы *Tafel*, завуалированное выражение „*am Limit*“ в заголовке подчёркивает, что количество малоимущих граждан настолько велико, что даже волонтерам требуется финансовая поддержка. За счет заимствованной номинации *Limit* значение антецедента размывается. Следует отметить, что данная лексема в анализируемом заголовке приводится в кавычках, что также скрывает истинный смысл высказывания адресанта.

Тот факт, что в Германии растёт уровень бедности, подтверждает автор статьи под заголовком: «*Spardruck trifft auch die Mitte*» (Вынужденная экономия давит (*drücken*) на средний класс). Речь идёт о том, что инфляция усугубляет ситуацию таким образом, что всё больше людей вынуждены экономить (*sparen*) для удовлетворения базовых потребностей и что эта проблема касается и среднего класса населения Германии. В статье открыто не заявляется о большом количестве малоимущих. С помощью подобных заголовков журналист формирует у читателя так называемую «желаемую модель действительности»: будто бы люди не испытывают финансовые трудности, а разумно расходуют средства [Орлова, 2018, с. 134].

Заслуживает внимания пример эвфемизированного заголовка статьи, посвященной социальным выплатам: «*Löchriger Rettungsschirm*» (Дырявый парашют). В прямом значении слово *Rettungsschirm* переводится как «аварийный парашют», тогда как в переносном обозначает «финансовую помощь компаниям, государствам и т. п., оказавшимся в бедственном по-

ложении». С одной стороны, автор статьи вызывает у читателя ассоциацию с парашютом как спасательным средством, а это слово в сочетании с прилагательным *löchrig* (дырявый) подразумевает ложную надежду на спасение. С другой стороны, аудитория ежедневной газеты получает информацию о нехватке финансовой помощи.

Таким образом, эвфемизированные выражения в данной тематической группе соответствуют следующим критериям:

— обозначение нежелательных денотатов «бедность», «неплатежеспособность», «богатство»;

— улучшение характера денотатов при помощи положительно коннотированных лексем *Luxus, Spitzenzahler, Spitzenverdiener, Sparen, Tafel, Limit, Rettungsschirm*;

— формальный характер улучшения денотатов. Статьи информируют читателей об увеличении количества малоимущих, отрицательные явления в экономике не скрываются от населения, а лишь формально вуалируются;

— социокультурная детерминированность. Финансовое расслоение общества отрицательно воспринимается жителями Германии, в новостных заголовках номинация богатства сглаживается использованием эвфемизмов *Spitzenzahler, Spitzenverdiener*.

3.2. Тематическая группа «Забастовки»

Последствием экономического кризиса для многих жителей Германии стала проблема низких зарплат. Чтобы добиться повышения оплаты труда, всё больше людей выходит на митинги и забастовки. В данном блоке статей было выявлено, что журналисты в основном называют вещи своими именами и используют прямые номинации: *der Streik* (забастовка), *streiken* (бастовать), *stillstehen* (останавливать работу). Однако заслуживает внимания статья под заголовком: «*Revolutionärer Abendspaziergang*» (Революционная вечерняя прогулка), где автор сравнивает забастовку против классового неравенства с «вечерней прогулкой». Лексема *Abendspaziergang* является эвфемизмом, обозначена в словаре пометой «*verhüllend*» (эвфемизм) [DWDS] и имеет положительную коннотацию в восприятии аудитории, поэтому способна скрывать негативный antecedent.

В статье под заголовком: «*Über allen Gleisen ist Ruh*» (На всех железнодорожных путях царит покой) речь идёт о забастовках на железной дороге и в транспортных компаниях Германии. Для описания ситуации, когда сотрудники в сфере транспорта не вышли на работу, автор использует эвфемизированное выражение «царит покой». Это сделано для того, чтобы информировать читателей о существующей проблеме и в то же время не вызвать негативного отклика и вероятной паники. Кроме того, отдавая предпочтение такому заголовку, журналист вызывает в памяти читателей

первую строчку произведения великого немецкого поэта Иоганна Вольфганга Гёте «Wanderers Nachtlied»: «*Über allen Gipfeln ist Ruh*» (Горные вершины спят во тьме ночной). Автор выбранной нами статьи заменил слово *Gipfeln* (вершины) на *Gleisen* (железнодорожные пути) из строчки стихотворения Гёте, чтобы замаскировать номинацию забастовки, привлечь внимание к заголовку и сделать его более образным.

В статьях из онлайн-издания «Die Tageszeitung» описываются также случаи, когда несколько забастовок в Германии проводятся в один и тот же день на разных видах общественного транспорта. В заголовке статьи «*24 Stunden Pause in Deutschland*» (24-часовой перерыв в Германии) прямая номинация забастовки заменяется нейтральной лексемой *die Pause* (пауза, перерыв). Кроме того, упомянутая лексическая единица характеризует временное явление и дает читателю надежду на то, что проблема скоро будет решена.

Бороться за свои права в Германии выходят люди самых разных профессий, например, занятые в сфере искусства. Так, в статье, озаглавленной «*Wenn Flötentöne flöten gehen*» (Когда звуки флейты фальшивят), автор прибегает к игре слов. Лексема *flöten* в своём первичном значении переводится как «играть на флейте», однако составное глагольное сказуемое *flöten gehen* имеет совершенно другой смысл. Согласно словарю, данное выражение относится к фамильярной лексике и означает такое состояние, когда что-то идёт не по плану, пропадает, идёт прахом, например, «*das ganze Vermögen ist flöten gegangen*» (целое состояние пошло прахом) [DWDS]. В выбранной статье трудности представителей творческих профессий автор скрывает за эвфемизированным обозначением фальшивых звуков флейты с использованием однокоренных слов *Flötentöne* и *flöten*.

Эвфемизированные выражения в данном блоке были выделены на основе следующих критериев:

- обозначение нежелательного денотата «забастовка»;
- нейтрализация стигматичности денотата с помощью таких номинаций, как *Abendspaziergang*, *Ruh*, *Pause*, *flöten*, которые не вызывают негативных ассоциаций у читателей;
- формальный характер улучшения денотата проявляется в смягчении и маскировке негативно воспринимаемых обозначений забастовки, при этом журналисты не скрывают того факта, что в стране проходят протесты.

3.3. Тематическая группа «Работа»

При анализе заголовков статей из данного раздела было выделено несколько эвфемизированных примеров с использованием иностранных слов, заимствованных из английского языка. Лексемы иноязычного происхождения часто заменяют нежелательное слово, так как заимствованная

лексема может быть незнакома читателю, что «размывает» суть высказывания. Слова из английского языка читательской аудиторией воспринимаются как более благозвучные, престижные, красивые, вне зависимости от их значения [Ванюшина, 2009, с. 55—56]. Как отмечают И. Н. Никитина и А. Н. Прудывус, замена нежелательного слова заимствованным или перевод слова на иностранный язык входят в число основных способов образования эвфемизмов [Никитина, 2009, с. 53; Прудывус, 2006].

Так, для статьи о непростых условиях труда работников службы доставки автор выбрал иноязычный заголовок: «*Uneasy Rider*» (Беспокойный наездник). Эвфемизация в данном случае направлена не только на то, чтобы скрыть сложности, возникающие в процессе работы курьера, но и на то, чтобы завуалировать само наименование профессии, которая считается в обществе не самой престижной. Нами выбран вариант перевода заголовка «беспокойный наездник», хотя в английском языке обе лексемы *uneasy* и *rider* многозначны. Слово *uneasy* можно перевести как «непростой, нестабильный, беспокойный», а *rider* обозначает не только всадника, но и велосипедиста, что также применимо к профессии курьера.

В нашем материале представлены статьи, в заголовках которых встречается комбинация из немецких и английских лексем. Одним из примеров служит заголовок статьи о финансовых проблемах в металлургии: «*Der Boom bleibt aus*» (Бум не случился). Для описания перспектив экономического роста в сфере металлургии журналист использовал лексическую единицу *Boom* (внезапный и короткий экономический подъем, бум), заимствованную из английского языка, в сочетании с немецким глаголом *ausbleiben* (не случаться, не состояться). Согласно словарю, лексема *Boom* активно используется в немецких публицистических текстах уже с середины 60-х годов XX века [DWDS]. Выбирая подобную формулировку для заголовка, автор делает акцент на иноязычном слове с положительной семантикой, избегая прямого упоминания таких проблем в области металлургической промышленности, как, например, слишком высокие цены на сырье. Отсутствие обозначения негативного понятия помогает избежать коммуникативного дискомфорта и создать условия для «бесконфликтного диалога» между адресантом (в нашем случае — журналистом) и адресатом (читателем) [Крысин, 2008, с. 46; Сидельникова, 2017].

Нами было выявлено несколько примеров использования лексемы *Whistleblower* (осведомитель, доносчик). В словаре [Duden] происхождение данной лексической единицы определяется следующим образом: в немецкий язык слово *Whistleblower* пришло от английской идиомы «*to blow the whistle on someone*» (свистеть на кого-то), что в переносном значении переводится как «заявлять, сообщать, разоблачать организации или ответ-

ственных за них лиц, ведущих сомнительную или незаконную деятельность». Например, в газете «Die Tageszeitung» в разделе «Работа» за 2022—2023 годы мы выявили 3 заголовка, содержащих лексему *Whistleblower*: «*Ampel will Whistleblower schützen*» (Парламентская коалиция «Светофор» хочет защитить доносчиков на коллег), «*Whistleblower müssen warten*» (Доносчики на коллег должны ждать), «*Schutz für Whistleblower:innen*» (Защита для доносчиков на коллег).

Эвфемизм, представленный в примерах выше, заменяет такие варианты наименований данного понятия, как *Informant* (информатор), *Skandalaufdecker* (разоблачитель скандалов), *Denunziant* (кто-либо, кто из низменных, обычно эгоистических побуждений обвиняет, подозревает других, доносчик), которые могут вызывать у читателя негативные эмоции. Лексема *Whistleblower* в этих случаях направлена на то, чтобы скрыть истинный смысл текста и побудить аудиторию к поиску дополнительной информации. Читатели, не владеющие английским языком, будут вынуждены прочитать материал до конца, чтобы понять, о чём идёт речь, или даже обратиться к дополнительным источникам.

Следует отметить также заголовок: «*Es bleibt eine Herkules-Aufgabe*» (Это остаётся непосильной задачей). Автор статьи о проблемах, связанных с производством электроавтомобилей немецкой марки Volkswagen, не использует прямую номинацию «непосильный». Вместо этого он выбирает сравнение с героем древнеримской мифологии Геркулесом, который известен своей силой. Читатель понимает, что за этим эвфемизированным выражением *Herkules-Aufgabe* спрятана трудная, непосильная задача, стоящая перед сотрудниками компании Volkswagen. Сравнение с мифологической фигурой добавляет заголовку красочности, делая его более привлекательным для широкой аудитории.

Статья под заголовком: «*Mindestlohn hui, Minijobs pfui*» (Минимальный размер оплаты труда — ура, это хорошо, подработка — нет, это плохо) также способна привлечь внимание читателей. Для приведенного выше заголовка довольно сложно подобрать подходящий русскоязычный перевод, так как в его формулировке присутствуют два немецких междометия, обозначающих реакцию автора на экономические явления, описанные в статье. Первое междометие *hui* представлено в словаре с пометой «разг.» [DWDS] и используется для выражения удивления или положительной оценки чего-либо. Противоположным значением обладает второе междометие *pfui*, которое служит для передачи отрицательной реакции на что-либо или недовольства. Выбранные автором статьи междометия могут также считаться одним из средств эвфемизации, так как в случае с восклицанием *pfui* происходит замена прямой номинации проблемы.

Эвфемизированные выражения в заголовках данного блока были идентифицированы по следующим критериям:

— обозначение нежелательных денотатов «непрестижная профессия», «доносчик на коллег», «непосильная задача», «низкая зарплата»;

— улучшение характера денотатов за счёт употребления лексем с положительной коннотацией *rider*, *Boom*, *Whistleblower*, *Herkules-Aufgabe*;

— формальный характер улучшения денотатов проявляется в связи с заменой на заимствованные лексемы и выражения, которые скрывают истинный смысл обозначения понятий и кажутся читателю более благозвучными.

3.4. Тематическая группа «Рост цен и инфляция»

Население Германии встревожено ростом цен. Представители власти пытаются обозначить границу возможного повышения цен и взять их под контроль. Вследствие этого в немецком экономическом дискурсе всё чаще появляются лексические единицы, обозначающие попытку ограничения роста цен, в особенности на газ и электроэнергию. Обращает на себя внимание тот факт, что в текстах прессы используются эвфемизированные лексические единицы, способные «размывать» передаваемые смыслы. При поиске примеров были выявлены два продуктивных словообразовательных элемента *bremс-* и *deckel-*.

Лексические единицы, образованные с помощью компонента *bremс-*, например, *bremсen*, *Preisbremсe*, связаны с его первичным значением «тормоз, тормозить, останавливать». Глагол *bremсen* можно также рассматривать применительно к экономической сфере в значении «ограничивать», что подтверждается в словаре таким примером: «*die Produktion, Einfuhr einer Ware bremсen*» (ограничить производство, импорт товара) [DWDS].

Схожей семантикой обладает второй словообразовательный элемент *deckel-*, хотя его роль в публицистических текстах по экономике, на первый взгляд, менее очевидна. Лексическая единица *Deckel* в значении «*Der Deckel eines Gefäßes*» (крышка сосуда) никак не указывает на экономическое явление. Однако в словарной статье из [DWDS] глагол *deckeln* сопровождается пометой «разг.» и обозначает ограничение роста расходов, финансовых затрат, квот и т. д. В то же время существительное *Deckel* ни в упомянутом выше словаре, ни в [Duden] не имеет подобного значения. Эвфемизированный оттенок оно приобретает за счёт метафорического сравнения вводимых ограничительных мер с крышкой, ведь если что-либо закрыть, то можно предотвратить его дальнейшее распространение или рост.

Все варианты лексических номинаций, содержащих словообразовательные компоненты *bremс-* и *deckel-* в заголовках за период с 2022 по 2023 годы, распределены в таблице с целью их наглядного представления (табл. 1).

Таблица 1

Номинации со словообразовательными элементами *brem*- и *deckel*- и примеры их употребления в заголовках из газеты «Die Tageszeitung»

Слова с компонентом <i>brem</i> - и примеры заголовков	Слова с компонентом <i>deckel</i> - и примеры заголовков
<p>brem 9-Euro-Ticket <i>bremst</i> Inflation (Билет за 9 евро тормозит инфляцию) Scholz <i>bremst</i> bei Gaspreisdeckel (Шольц не спешит с ограничением цен на газ)</p>	<p>deckeln Ein Deckel, der nicht <i>deckelt</i> (Крышка, которая не закрывает) Unterstützen, <i>deckeln</i> und enteignen? (Поддержать, лимитировать и экспроприировать?)</p>
<p>ausbremen Wärmepumpen <i>ausgebremst</i> (Тепловые насосы замедлили работу)</p>	<p>Deckel Von der Leyen will den <i>Deckel</i> (Фон дер Ляйен хочет получить «крышку») Ampelfraktionen ziehen <i>Deckel</i> ein (Фракция «Светофор» закрывает крышку) Ein <i>Deckel</i>, der nicht <i>deckelt</i> (Крышка, которая не закрывает) <i>Deckel</i> ohne Wert (Крышка, не имеющая стоимости) Ein <i>Deckel</i> für die Energiepreise (Ограничение цен на электроэнергию)</p>
<p>Preisbremse Einmalzahlung und <i>Preisbremsen</i> (Единовременная оплата и торможение цен) Die <i>Preisbremsen</i> stehen (Ограничение цен останавливается)</p>	<p>Preisdeckel Wo bleibt der <i>Preisdeckel</i>? (Где ограничение цен?) <i>Preisdeckel</i> für die Niederlande (Ограничение цен для Нидерландов) <i>Preisdeckel</i> ohne Wumms (Ограничение цен «без звона») <i>Preisdeckel</i> wirkt schon ab Januar (Ограничение цен действует уже с января)</p>
<p>Gaspreisbremse Die <i>Gaspreisbremse</i> wird eingebaut (Установлено ограничение цен на газ) <i>Gaspreisbremse</i> jetzt ab Januar (Ограничение цен на газ теперь с января)</p>	<p>Gaspreisdeckel Scholz <i>bremst</i> bei <i>Gaspreisdeckel</i> (Шольц не спешит с ограничением цен на газ) EU-<i>Gaspreisdeckel</i> kommt (Ограничение цен на газ в ЕС) <i>Gaspreisdeckel</i> für Europa (Ограничение цен на газ для Европы) <i>Gaspreisdeckel</i> geht an den Start (Введено в действие ограничение цен на газ)</p>
<p>Schuldenbremse Fiktion <i>Schuldenbremse</i> (Ограничение долгов — фикция)</p>	<p>Energiepreisdeckel Energiegeld statt <i>Energiepreisdeckel</i> («Энергетические деньги» вместо ограничения цен на энергию)</p>

Из приведенной выше таблицы видно, что лексические единицы, содержащие словообразовательный элемент *deckel-*, употребляются почти в два раза чаще, чем номинации с компонентом *brem-* (было выделено 15 и 8 примеров соответственно). Это свидетельствует о том, что в анализируемом материале первый вариант является более продуктивным.

Так, в заголовке «*Ein Deckel, der nicht deckelt*» (Крышка, которая не закрывает) используются сразу две номинации со словообразовательным элементом *deckel-*. За счёт игры слов достигается комический эффект. Таким приёмом журналист не просто маскирует неприятное явление экономического кризиса, а вызывает у аудитории противоречивые эмоции (смешной заголовок — серьёзная тема статьи).

В заголовках с лексемой *deckeln* используется риторический вопрос. В одной из статей говорится о резком повышении цен на электроэнергию: «*Unterstützen, deckeln und enteignen?*» (Поддержать, лимитировать и экспроприировать?). Мы рассматриваем риторический вопрос как одно из средств вуалирования неприятного факта, ведь с его помощью автор статьи скрывает своё истинное мнение. Он не делает категоричных суждений, не говорит о проблеме открыто, тем самым избегая своей субъективной оценки происходящего, предоставляя читателю возможность прийти к ответу самому. С одной стороны, автор открыто выражает свое мнение, но, с другой стороны, ставит под сомнение, на что указывает вопросительный знак.

Заголовок: «*Preisdeckel ohne Wumms*» (Ограничение цен «без звона») содержит не только упомянутую ранее лексему «*Preisdeckel*», но и неочевидное по значению (особенно для иноязычных читателей) существительное *Wumms*, которое описывает очень громкий, резкий звук, обращающий на себя внимание людей. Получается, что слово *Wumms* — это вторичная образная номинация внезапного события, которое удивляет читателя, поэтому слово используется журналистами, в том числе в заголовках. Тот факт, что в печатных СМИ упомянутое слово всё чаще встречается начиная с 2016 года, подтверждает график, построенный на основе газетного корпуса [DWDS] (рис. 1).

Помимо описанных ранее эвфемизированных номинаций, в заголовках из данного блока интерес для исследования представляет лексема *Schirm*, которая встречалась также в тематической группе «Бедность — богатство». В дефиниции слова *Schirm*, которое может быть переведено как «зонт, экран, защитные очки, купол парашюта», ключевую роль играет сема защиты, которая придаёт этой лексеме положительное значение. В заголовке «*Ein Schirm gegen die Preisexplosion*» (Защита от ценового взрыва) под этим эвфемизмом подразумевается стремление правительства взять под контроль расходы на электроэнергию. Примечательно также то, что

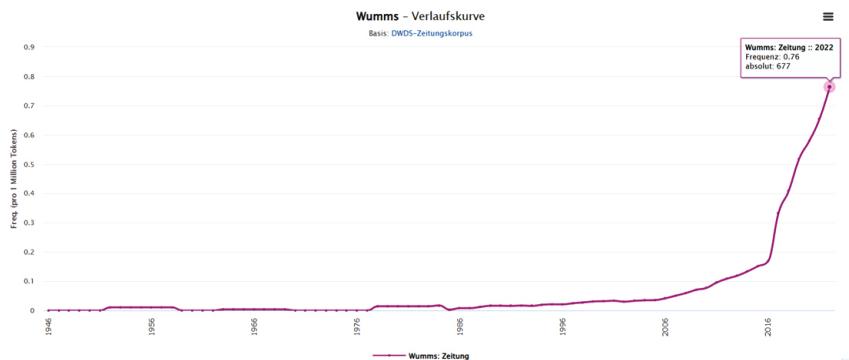


Рис. 1. Частотность употребления лексемы «Wumms»

журналист подчеркивает, как резко и внезапно выросли цены, используя лексему *Preisexplosion*, то есть сравнивая их со взрывом.

Примеры эвфемизированных выражений были выделены с опорой на следующие критерии:

- обозначение нежелательных денотатов «энергетический кризис», «высокие цены на газ и электроэнергию»;
- нейтрализация стигматичности денотатов при помощи номинаций *Deckel, deckeln, Bremse, bremsen, Schirm*;
- формальный характер улучшения денотатов. Хотя журналисты вуалируют обозначение проблемы, они не отрицают тот факт, что страна находится в кризисном состоянии.

3.5. Тематическая группа «Общая характеристика экономической обстановки в Германии»

Перечисленные выше экономические проблемы являются следствием энергетического кризиса, который наблюдается в Германии с начала 2022 года. В связи с этим авторы статей стараются замаскировать номинации финансовых последствий более благозвучными выражениями. При отборе необходимого для анализа материала в данной тематической группе обратил на себя внимание заголовок в виде вопроса: «*Wie werden wir heizen?*» (Как мы будем отапливать?). Статья посвящена проблеме изменения климата и необходимости перехода с традиционного ископаемого топлива на современные возобновляемые источники тепла. Мы считаем приведенный выше заголовок эвфемизированным, так как за риторическим вопросом скрываются проблемы использования неэкологичных и дорогостоящих источников энергии. Употребление в заголовке местоимения

wir (мы) показывает единство автора с читателями и то, что вся страна едина в поиске выхода из сложившейся непростой ситуации.

В сентябре 2022 года в электронном издании ежедневной газеты «Die Tageszeitung» вышла статья под заголовком: «*Droht uns im Winter ein Blackout?*» (Грозит ли нам отключение электричества зимой?), в которой речь идёт о резком повышении цен на электроэнергию. Журналист правомерно задаётся вопросом, насколько вероятно полное отключение электричества по всей стране. Автор использует в заголовке заимствованную из английского языка лексику *Blackout*, которая является многозначной, но применительно к данной статье маскирует прямую номинацию *Stromausfall* (отключение электроэнергии).

Теме энергетического кризиса посвящена также статья: «*Der Stadt gehen die Lichter aus*» (В городе гаснет свет), в которой поднимается вопрос о безопасности передвижения граждан в темное время суток. Журналист отдал предпочтение эвфемизированной формулировке заголовка, чтобы не шокировать аудиторию новостями об энергетическом кризисе. В словаре [DWDS] выражение (*es*) *gehen die Lichter aus* отнесено в группу синонимов к слову *Blackout* в значении «отключение электричества» и снабжено стилистическими пометами «разговорное» и «фигуральное». Словосочетание «гаснет свет» может вызывать различные ассоциации, в том числе положительные, когда речь идет о романтическом вечере или спокойной ночной обстановке. Выбор автором этого выражения обусловлен желанием смягчить информационное сообщение для читателей о мерах городских властей, направленных на экономию электроэнергии.

На эвфемизированные выражения данной группы указывают следующие критерии:

- обозначение нежелательных денотатов «проблемы с отоплением», «угроза отключения электричества»;
- нейтрализация стигматичности денотатов с помощью выражения *die Lichter gehen aus*, риторических вопросов;
- формальный характер улучшения денотатов проявляется в завуалированной формулировке новостных заголовков о проблеме энергетического кризиса.

4. Заключение = Conclusion

Таким образом, проведенный в данной работе анализ свидетельствует о том, что использование эвфемизмов в немецком публицистическом дискурсе обусловлено стремлением журналистов смягчить наименования негативных экономических явлений. Все эвфемизированные слова и выражения, найденные в заголовках газеты «Die Tageszeitung» за 2022—

2023 годы, являются окказиональными, за исключением одной лексемы *Spaziergang* ‘прогулка’, использованной для обозначения забастовки (данное слово зафиксировано в словаре с пометой «эвфемизм» [DWDS]).

При анализе исследуемых эвфемизированных заголовков были выделены способы эвфемизации, которые представлены далее (табл. 2).

Таблица 2

Способы эвфемизации в заголовках из электронного издания газеты «Die Tageszeitung»

Способы эвфемизации	Примеры заголовков
Словосложение	<i>Spitzenzahler</i> Deutschland <i>Spitzenverdiener</i> fahren mehr <i>Spar</i> druck trifft auch die Mitte Löchriger <i>Rettungsschirm</i> Revolutionärer <i>Abendspaziergang</i> Einmalzahlung und <i>Preisbremsen</i> <i>Gaspreisbremse</i> jetzt ab Januar Fiktion <i>Schuldenbremse</i> <i>Preisdeckel</i> wirkt schon ab Januar Scholz bremst bei <i>Gaspreisdeckel</i> Energiegeld statt <i>Energiepreisdeckel</i>
Перифраза	<i>Wenn WG-Wohnen zum Luxus wird</i> <i>Tafeln sehen sich „am Limit“</i> <i>Über allen Gleisen ist Ruh</i> <i>24 Stunden Pause in Deutschland</i> <i>Es bleibt eine Herkules-Aufgabe</i> <i>Ein Schirm gegen die Preisexplosion</i> <i>Der Stadt gehen die Lichter aus</i> <i>9-Euro-Ticket bremst Inflation</i> <i>Wärmepumpen ausgebremst</i> <i>Ein Deckel für die Energiepreise</i>
Иноязычные заимствования	<i>Uneasy Rider</i> Der <i>Boom</i> bleibt aus Schutz für <i>Whistleblower:innen</i>
Игра слов	Wenn <i>Flötentöne flöten gehen</i> Ein <i>Deckel</i> , der nicht <i>deckelt</i>
Риторический вопрос	Unterstützen, deckeln und enteignen? Wie werden wir heizen? Droht uns im Winter ein Blackout?
Междометие	Mindestlohn hui, Minijobs <i>pfui</i>
Звукоподражание	Preisdeckel ohne <i>Wumms</i>

Наши материалы показали, что наиболее продуктивным способом является словосложение. Кроме того, анализируемый материал позволил

идентифицировать такие приёмы, как перифраза, игра слов, иноязычные заимствования, преимущественно из английского языка, риторический вопрос, междометие и звукоподражание. Их соотношение представлено на диаграмме (рис. 2).

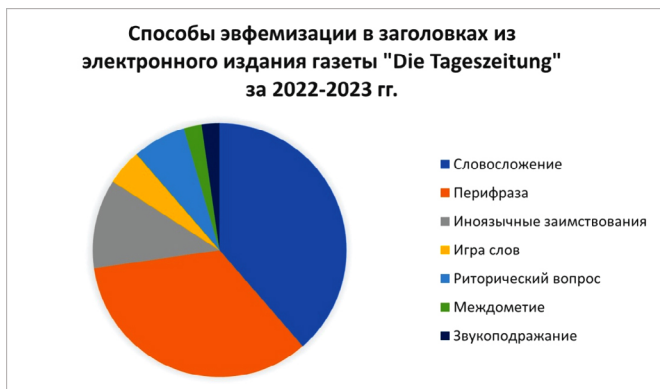


Рис. 2. Соотношение способов эвфемизации в заголовках из электронного издания газеты «Die Tageszeitung» за 2022—2023 годы

В качестве перспективы дальнейшего исследования может быть предложено выявление эвфемизированных вариантов новостных заголовков статей на экономическую тематику на материале немецких публицистических текстов из изданий «Die Zeit», «Börsenzeitung», «Frankfurter Allgemeine Zeitung» и других. Планируется также расширение блока тематических групп из области экономики.

<p>Заявленный вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.</p> <p>Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.</p>	<p>Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.</p> <p>The authors declare no conflicts of interests.</p>
--	--

Источники и принятые сокращения

1. Сеничкина Е. П. Словарь эвфемизмов русского языка / Е. П. Сеничкина. — Москва : Флинта ; Наука, 2008. — 464 с. — ISBN 978-5-9765-0219-2.
2. *Berliner Zeitung* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.berliner-zeitung.de/> (accessed 10.07.2023).
3. *Der Spiegel* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.spiegel.de/> (accessed 12.07.2023).
4. *Die Tageszeitung* [Electronic resource]. — Access mode : <https://taz.de/> (accessed 30.05.2023).



5. *Die Zeit* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.zeit.de/> (accessed 15.07.2023).
6. *Duden* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.duden.de/> (accessed 20.05.2023).
7. DWDS — *Das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.dwds.de/> (accessed 25.05.2023).
8. *Süddeutsche Zeitung* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.sueddeutsche.de/> (accessed 12.07.2023).
9. *Zeit Magazin* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.zeit.de/zeit-magazin/> (accessed 10.07.2023).

Литература

1. *Апресян Ю. Д.* Избранные труды. Лексическая семантика (синонимические средства языка) / Ю. Д. Апресян. — Москва : Языки русской культуры, 1995. — Т. 1. — 472 с.
2. *Бердова Н. М.* Эвфемизмы в современном немецком языке : автореферат диссертации ... кандидата филологических наук : 10.02.04 / Н. М. Бердова. — Киев, 1981. — 230 с.
3. *Ванюшина Н. А.* Использование иностранных слов в качестве эвфемизмов / Н. А. Ванюшина // Язык, коммуникация и социальная среда. — 2009. — № 7. — С. 55—60.
4. *Ковшова М. Л.* Семантика и прагматика эвфемизмов / М. Л. Ковшова. — Москва : Гнозис, 2007. — 320 с. — ISBN 978-5-94244-015-2.
5. *Крысин Л. П.* Слово в современных текстах и словарях : Очерки о русской лексике и лексикографии / Л. П. Крысин. — Москва : Знак, 2008. — 320 с. — ISBN 978-5-9551-0175-0.
6. *Крысин Л. П.* Эвфемизмы в современной русской речи / Л. П. Крысин // Русистика. — 1994. — № 1, 2. — С. 28—49.
7. *Никитина А. М.* Эвфемизмы в речи учителя как средство гармонизации педагогического дискурса : автореферат диссертации ... кандидата педагогических наук : 13.00.02 / А. М. Никитина. — Москва, 2015. — 214 с.
8. *Никитина И. Н.* Эвфемия в зарубежной и отечественной лингвистике : история вопроса и перспектива исследования / И. Н. Никитина // Вестник волжского университета им. В. Н. Татищева. — 2009. — № 1. — С. 49—64.
9. *Орлова Е. А.* Эвфемизмы и дисфемизмы в политических текстах британских СМИ / Е. А. Орлова // Сборник материалов IV Международной научной конференции. — 2018. — С. 133—136.
10. *Прудывус А. Н.* Эвфемизмы в современном немецком языке : автореферат диссертации ... кандидата филологических наук : 10.02.04 / А. Н. Прудывус. — Санкт-Петербург, 2006. — 17 с.
11. *Седова А. В.* Хеджи в экономическом дискурсе (на материале швейцарского варианта немецкого языка) / А. В. Седова // Филологические науки в МГИМО. — 2022. — Т. 8. — № 2. — С. 40—52. — DOI: 10.24833/2410-2423-2022-2-31-40-52.
12. *Сидельникова Е. А.* Коммуникативно-прагматическая и переводческая специфика эвфемизации и дисфемизации в газетно-публицистическом экономическом дискурсе : монография / Е. А. Сидельникова. — Ставрополь : Издательство СКФУ, 2017. — 176 с. — ISBN 978-5-9296-0864-3.
13. *Солодилова И. А.* Критерии идентификации эвфемизмов / И. А. Солодилова, Т. Ю. Соколова // Вестник Оренбургского государственного университета. — 2017. — № 11 (211). — С. 73—78.



14. Чепорухина М. Г. Эвфемизмы и дисфемизмы в новостной интернет-статье и комментариях к ней / М. Г. Чепорухина // Политическая лингвистика. — 2021. — № 1 (85). — С. 95—102. — DOI: 10.12345/1999-2629_2021_01_08.

15. Шубина Э. Л. Хедж-аппроксиматоры как профессиональные инструменты немецкого публицистического дискурса / Э. Л. Шубина // Дискурс профессиональной коммуникации. — 2019. — № 1 (1). — С. 83—98. — DOI: 10.24833/2687-0126-2019-1- 1-83-98.

16. Шубина Э. Л. Хедж-эвфемизмы как инструменты экономического дискурса / Э. Л. Шубина, А. В. Седова // Научный диалог. — 2021. — № 11. — С. 183—200. — DOI: 10.24224/2227- 1295-2021-11-183-200.

17. Lakoff D. Hedges : a study in meaning criteria and the logic of fuzzy concepts / D. Lakoff // Journal of philosophical logic. — 1972. — № 2 (4). — Pp. 458—508.

18. Prince E. F. On hedging in physician-physician discourse / E. F. Prince, J. Frader, C. Bosk // Linguistics and the professions / Ed. by R. J. di Pietro. — Norwood / New Jersey : Albx Publishing Corporation, 1982. — Vol. 8. — Pp. 83—97.

19. Rounds P. Hedging in written academic discourse : precision and flexibility / P. Rounds. — Michigan : The University of Michigan. Mimeo, 1982. — Pp. 78—84.

20. Zöllner N. Der Euphemismus im alltäglichen und politischen Sprachgebrauch des Englischen / N. Zöllner. — Frankfurt am Main : Peter Lang, 1997. — S. 444. — ISBN 9783631316535.

Статья поступила в редакцию 03.06.2023,
одобрена после рецензирования 21.07.2023,
подготовлена к публикации 23.08.2023.

Material resources

Berliner Zeitung. Available at: <https://www.berliner-zeitung.de/> (accessed 10.07.2023). (In Germ.).

Der Spiegel. Available at: <https://www.spiegel.de/> (accessed 12.07.2023). (In Germ.).

Die Tageszeitung. Available at: <https://taz.de/> (accessed 30.05.2023). (In Germ.).

Die Zeit. Available at: <https://www.zeit.de/> (accessed 15.07.2023). (In Germ.).

Duden. Available at: <https://www.duden.de/> (accessed 20.05.2023). (In Germ.).

DWDS — *Das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache*. Available at: <https://www.dwds.de/> (accessed 25.05.2023). (In Germ.).

Senichkina, E. P. (2008). *Dictionary of euphemisms of the Russian language*. Moscow: Flint; Nauka. 464 p. ISBN 978-5-9765-0219-2. (In Russ.).

Süddeutsche Zeitung. Available at: <https://www.sueddeutsche.de/> (accessed 12.07.2023). (In Germ.).

Zeit Magazin. Available at: <https://www.zeit.de/zeit-magazin/> (accessed 10.07.2023). (In Germ.).

References

Apresyan, Yu. D. (1995). *Selected works. Lexical semantics (synonymous means of language)*, 1. Moscow: Languages of Russian culture. 472 p. (In Russ.).

Berdova, N. M. (1981). *Euphemisms in the modern German language*. Author's abstract of PhD Diss. Kiev. 230 p. (In Russ.).

Chaporukhina, M. G. (2021). Euphemisms and dysphemisms in an online news article and comments on it. *Political Linguistics, 1 (85)*: 95—102. DOI: 10.12345/1999-2629_2021_01_08. (In Russ.).



- Kovshova, M. L. (2007). *Semantics and pragmatics of euphemisms*. Moscow: Gnosis. 320 p. ISBN 978-5-94244-015-2. (In Russ.).
- Krysin, L. P. (1994). Euphemisms in modern Russian speech. *Rusistika*, 1,2: 28—49. (In Russ.).
- Krysin, L. P. (2008). *The Word in modern texts and dictionaries: Essays on Russian vocabulary and lexicography*. Moscow: Znak. 320 p. ISBN 978-5-9551-0175-0. (In Russ.).
- Lakoff, D. (1972). Hedges: a study in meaning criteria and the logic of fuzzy concepts. *Journal of philosophical logic*, 2 (4): 458—508.
- Nikitina, A. M. (2015). *Euphemisms in teacher's speech as a means of harmonizing pedagogical discourse*. Author's abstract of PhD Diss. Moscow. 214 p. (In Russ.).
- Nikitina, I. N. (2009). Euphemism in foreign and domestic linguistics: the history of the issue and the prospect of research. *Bulletin of the V. N. Tatishchev Volga State University*, 1: 49—64. (In Russ.).
- Orlova, E. A. (2018). Euphemisms and dysphemisms in political texts of the British media. *Proceedings of the IV International Scientific Conference*. 133—136. (In Russ.).
- Prince, E. F., Frader, J., Bosk, C. (1982). On hedging in physician-physician discourse. In: *Linguistics and the professions*, 8. Norwood / New Jersey: Albex Publishing Corporation. 83—97.
- Prudyvus, A. N. (2006). *Euphemisms in modern German*. Author's abstract of PhD Diss. St. Petersburg. 17 p. (In Russ.).
- Rounds, P. (1982). *Hedging in written academic discourse: precision and flexibility*. Michigan: The University of Michigan. Mimeo. 78—84.
- Sedova, A. V. (2022). Hedji in economic discourse (based on the material of the Swiss version of the German language). *Philological sciences in MGIMO*, 8 (2): 40—52. DOI: 10.24833/2410-2423-2022-2-31-40-52. (In Russ.).
- Shubina, E. L. (2019). Hedge approximators as professional tools of German journalistic discourse. *The discourse of professional communication*, 1 (1): 83—98. DOI: 10.24833/2687-0126-2019-1-1-83-98. (In Russ.).
- Shubina, E. L., Sedova, A. V. (2021). Hedge Euphemisms as Tools of Economic Discourse. *Nauchnyi dialog*, 11: 183—200. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2021-11-183-200> (In Russ.).
- Sidelnikova, E. A. (2017). *Communicative-pragmatic and translation specifics of euphemization and dysphemization in newspaper-journalistic economic discourse: monograph*. Stavropol: NCFU Publishing House. 176 p. ISBN 978-5-9296-0864-3. (In Russ.).
- Solodilova, I. A., Sokolova, T. Y. (2017). Criteria for identifying euphemisms. *Bulletin of Orenburg State University*, 11 (211): 73—78. (In Russ.).
- Vanyushina, N. A. (2009). The use of foreign words as euphemisms. *Language, communication and social environment*, 7: 55—60. (In Russ.).
- Zöllner, N. (1997). *Der Euphemismus im alltäglichen und politischen Sprachgebrauch des Englischen*. Frankfurt am Main: Peter Lang. S. 444. ISBN 9783631316535. (In Germ.).

*The article was submitted 03.06.2023;
approved after reviewing 21.07.2023;
accepted for publication 23.08.2023.*