

Управление образования города Пензы  
МКУ «Центр комплексного обслуживания и методологического обеспечения  
учреждений образования» г. Пензы  
МБОУ СОШ № 75/62 г. Пензы  
им. Героя Советского Союза А. И. Мереняшева

XXVI научно-практическая конференция школьников г. Пензы  
«Я исследую мир»

## **Эвфемизация образа мигранта в современных немецких СМИ**

Выполнила:  
Ликучева Полина Александровна,  
10 «А» класс,  
МБОУ СОШ №75/62

Руководитель:  
Коновалова Екатерина  
Константиновна,  
учитель немецкого языка,  
МБОУ СОШ № 75/62 г. Пензы

Пенза 2021

## Содержание

Введение .....	2
Глава 1. Эвфемизм и его роль в СМИ .....	4
1.1 Понятие «эвфемизм» .....	4
1.2 Эвфемизмы в современных СМИ .....	5
Выводы по главе 1 .....	7
Глава 2. Образ мигрантов в современных СМИ .....	8
2.1 К понятию образа .....	8
2.2 Анализ эвфемизмов при создании образа мигрантов в современных немецких СМИ .....	9
Выводы по главе 2.....	12
Заключение.....	12
Список использованной литературы .....	14
Список источников языкового материала .....	15

## Введение

В настоящее время наблюдается тенденция к возрастающей политкорректности и толерантности в современных средствах массовой информации при освещении тем, требующих осторожного и деликатного подхода, как, например, обсуждение миграционного кризиса на территории Германии.

Одним из наиболее эффективных средств создания политически корректной лексики в период наплыва вынужденных мигрантов является эвфемия. Эвфемизмы в данном контексте призваны сгладить негативные последствия появления на «своей» территории значительного количества «чужих», несущих с собой «чужие» законы, традиции, религию и т.п. и именно этот мотив можно считать основным в использовании эвфемизмов в новостном дискурсе, затрагивающем проблемы беженцев. Этим и определена актуальность данной работы.

Гипотеза исследования состоит в том, что в СМИ для создания положительного образа мигранта используют эвфемизмы при обращении к беженцам чаще, нежели прямые денотации.

В качестве объекта исследования выступают немецкие средства массовой информации.

Предметом исследования являются эвфемизмы в средствах массовой информации.

Целью настоящего исследования является анализ эвфемизмов, формирующих образ мигрантов в современных немецких СМИ.

Задачи данной работы:

- раскрыть сущность понятия «эвфемизм»;
- определить роль эвфемизмов в СМИ;
- раскрыть сущность понятия «образ»;
- выявить и проанализировать эвфемизмы при создании образа мигрантов в СМИ.

Для решения поставленных задач используются следующие методы:

- а) теоретические: анализ методической литературы по теме работы;
- б) эмпирические: метод сплошной выборки, описательный и сравнительно – сопоставительный метод исследования, основанные на непосредственном наблюдении над языковым материалом.

Материалом исследования являются немецкие общественно – политические журналы и газеты («Spiegel», «Focus», «Die Welt», «Die Zeit» и другие).

Проблема прецедентности разрабатывалась и анализировалась такими учёными, как Е.И. Шейгал, И. Р. Гальперин, Е.П. Сеничкина, А.М. Кацев, В.П. Москвин, Л.П. Крысин.

Практическая ценность работы состоит в возможности использовать представленные материалы и выводы в последующих работах по данной теме, а также в практике преподавания: в курсах лексикологии, социолингвистики, психолингвистики,

лингво-культурологии, страноведения; в сфере журналистики, рекламы, социальной работы и на практических занятиях по немецкому языку.

## **Глава 1. Эвфемизмы и их роль в СМИ**

### **1.1 Понятие «эвфемизм»**

Эвфемия ещё в трудах древнегреческих философов (в частности, в работах Демокрита) понималась как гармоничное состояние духа, внутреннее спокойствие и равновесие человека. Рассмотрение эвфемии как лингвистического явления позволяет сделать вывод о том, что она есть результат внутреннего эмоционального состояния адресанта, его стремление построить благоприятную коммуникативную ситуацию, предполагающую использование/замену определенных лексических единиц и синтаксических конструкций.

Эвфемизм служит языковым воплощением табу, позволяющим избегать прямого, запретного наименования, но отражающим суть описываемого явления. В современной лингвистике эвфемизмы изучаются в лексикологическом, стилистическом и лингвопрагматическом аспектах. Сторонники лексикологического подхода (Арнольд, 1986; Барина, 2003; Тюрина, 1998 и др.) понимают эвфемизмы как синонимы грубых и неуместных в конкретной ситуации выражений, не искажающих при этом исходное лексическое значение.

В стилистике эвфемизмы рядом ученых трактуются как троп (Ахманова, 2005; Кузнец, Скребнев, 1960; В. Kirchner, 1999), как стилистический прием (Андреев, 2007; Бердова, 1981). Эвфемизмы описываются как определенный перенос значения, состоящий в непрямом, более смягченном, вежливом обозначении негативного явления, как стилистическое украшение речи, как своеобразный маркер речи, характеризующий социальную принадлежность человека.

Основой изучения прагматического использования языковых единиц можно считать концепцию вежливости Р. Лакоффа, включающую определённые правила, которых придерживаются коммуниканты для достижения своих целей в процессе общения. Именно правилами вежливости руководствуются носители немецкого и русского языков при употреблении эвфемизмов, связанных, например, с обозначением: 1) возраста, старости - *nicht mehr taufriisch sein, mit bereiften Locken sein*, быть в возрасте / в годах, возраст осени; 2) бедности - *unterprivilegiert sein, in bescheidenen Verhältnissen leben, ökonomisch benachteiligt sein*, бамбуковое положение; 4) войны, военных действий - *Verteidigungsfall, bewaffneter Konflikt, im Feld stehen*, акция, антитеррористическая операция; 5) внешности и внутренних качеств

личности - unvorteilhaft erscheinen (hasslich sein), einen Vogel haben (verruckt sein), аппетитная фигура, без царя в голове (примеры с немецкого сайта <http://www.euphemismen.de> и из словаря эвфемизмов русского языка Е.П. Сеничкиной).

Использование эвфемизмов может быть обусловлено и необходимостью вербализации табуированных в современном социуме тем - смерти или болезни. Приведем несколько примеров, эвфемистически обозначающих 1) смерть - hin sein, sein Stiindlein ist nahe (er wird bald sterben), entschlafen, die Erde verlassen, безгласный, бездыханный; 2) болезнь - nicht auf der Hohe, auf dem Posten, auf dem Damm sein.

В текстах современных СМИ эвфемистическое переименование понимается как результат компромисса между семантикой денотата и прагматикой его вербализации [1:97]. Адресант стоит перед коммуникативной задачей отразить смысл предмета, но, исходя из своих интересов и руководствуясь правилами речевого поведения, он маскирует негативные признаки предмета, воплощая его первоначальное значение в новой лексической единице эвфемизме. Яркие примеры использования эвфемистических замен часто содержатся, например, в речи политиков, доказывающих, в частности, обоснованность ведения военных действий или проведения силовых операций. Политические эвфемизмы выполняют преимущественно прагматическую функцию, их употребление ориентировано на сокрытие неприятных фактов действительности, то есть эвфемия понимается как одно из средств речевого воздействия и манипуляции в языке СМИ.

Итак, под эвфемизмами понимаются слова и выражения, заменяющие грубые, резкие обозначения, которые представляются говорящему неуместными, не вполне вежливыми, и каузативной основой которых является стремление не обидеть, не задеть слушающего.

## **1.2 Эвфемизмы в современных СМИ**

В современном динамически развивающемся обществе, когда калейдоскоп происшествий стремительно меняется, способ подачи информации играет важную роль. В этой связи можно отметить возрастание интереса к изучению функционирования политической и массовой коммуникации (Желтухина, 2000, 2007; Чудинов, 2007), способов речевого воздействия (Кармак, 2007), а также средств массовой информации как одного из эффективных средств воздействия на массовое сознание и нередко манипуляции им (Бубличенко, 2005; Шлахтер, Хольнов, 2000). Изучение материала газет и журналов наиболее ярко отражает процессы развития языка, поскольку именно анализ СМИ демонстрирует проблемы

функционирования языка на современном этапе развития общества, а также его актуальное использование в духовно-практической деятельности человека.

Следуя задачам воздействия на массовое сознание и привлечения внимания широких масс общественности, публикации являют собой смешение, но в то же время гармоничное единство различных языковых приемов и средств. Отсюда и необходимость изучения используемых в СМИ отдельных языковых средств и приемов, реализующих интенцию автора, равно как и прагматические предпосылки их применения. В этой связи значительный интерес представляет рассмотрение эвфемизмов, что является особенно актуальным в связи с наличием огромного количества табуированных тем в современных СМИ.

Понятие эвфемизм активно используется в современной лингвистике. В СМИ существует два основных термина, имеющих противоположные цели, а именно эвфемизация и двусмысленность (*doublespeak*). Основной целью эвфемизации является попытка смягчить, сгладить суровую реальность, представить события в более позитивном свете. Однако если эвфемизмы используются в речи с целью обмана, то в этом случае речь идет о понятии «двусмысленность» или —*doublespeak* [1].

С другой стороны, Елена Михас [2] отмечает, что эвфемизмы в настоящее время имеют неоднозначную коннотацию, т.к. они сознательно маскируют реальные значения слов в политическом дискурсе. Используя эвфемизмы в своей речи, политики могут успешно контролировать передаваемую информацию. Кроме того, эвфемизмы имеют определенное влияние на взгляды людей, заставляя их менять свою жизненную позицию, посредством своей «обманной» функции.

Возьмём в качестве примера широко распространённый в российских печатных СМИ эвфемизм «операция» для обозначения военных действий. Журналисты, политики употребляют не вызывающее отрицательных ассоциаций слово с широкой семантикой. Это объясняется положительной коннотацией этого слова, поскольку оно несёт в себе значение «выполнение каких-либо действий для достижения цели». Аналогично русскому слову «операция» — эвфемистическое употребление немецкого устойчивого выражения «mit etw. fertig werden» (в значении «ликвидировать, лишить кого-либо жизни»). Данная эвфемистическая замена, которая вне контекста имеет положительную семантику («сделать что-либо», «справиться с чем-либо»), оказывает манипулятивное воздействие на реципиента, навязывая ему восприятие лишения кого-либо жизни в качестве успешно решенной задачи.

Стоит отметить, что о манипулятивных возможностях эвфемизмов говорил еще И. Р. Гальперин [6, с. 57]. Одним из главных условий манипулирования сознанием общества является то, что это влияние должно остаться незамеченным, поскольку только в этом случае будет возможно управление объектами воздействия. Подобная «игра» с сознанием реципиентов

осуществима только при отсутствии в тексте прямых номинаций, то есть наличии эвфемизмов. В целом, Гальперин определяет «эвфемизм» как преуменьшение значения слова с целью введения в заблуждение общественного мнения и более тактичного выражения неприятного.

Таким образом, обобщив приведённые выше определения можно говорить о том, что эффективность этого способа манипулирования в языке СМИ не вызывает сомнения. Эвфемия стоит в одном ряду с наиболее действенными способами непрямого воздействия и привлекает все большее внимание лингвистов. Можно выделить следующие признаки эвфемизма в СМИ:

- скрытое манипулирование/ введение в заблуждение;
- размытость значения [4];
- отражение особенности временного периода/ ценностей, присущих эпохе;
- ориентация на оппозицию «свой – чужой»;
- стремление к завоеванию общественного мнения.

### **Выводы по главе 1**

В результате рассмотрения понятия эвфемизм было предложено следующее его определение: вид не прямой коммуникации, направленной на видоизменение представления адресата о мире с целью достижения того или иного перлокутивного эффекта.

Также мы пришли к выводам, что эвфемия как лингвистический способ отражения действительности и как средство манипуляции общественным мнением приобретает всё большее значение в современных СМИ, значительно влияющих на жизнь современного социума; эвфемия, выполняющая важные функции в текстах СМИ, выступает индикатором табуируемых тем в разных лингвокультурах, что важно для социокультурного понимания современного этапа развития цивилизации, ее системы ценностных приоритетов.

Именно за счёт этих характеристик в последние годы наблюдается повышенный интерес к использованию эвфемизмов в СМИ. Это объясняется тем, что эвфемистические единицы по отношению к негативно воспринимаемой исходной лексической единице ведут к созданию благоприятной коммуникативной ситуации, при этом меняется эмоциональная направленность сообщения.

Кроме того, эвфемизмы зашифровывают исходные денотаты, создавая параллельные, менее остро воспринимаемые реципиентом образы действительности.

## **Глава 2. Образ мигрантов в современных СМИ**

### **2.1. 1. К понятию образа.**

Понятие «образ» одно из основополагающих для нашего исследования, и для дальнейшей работы нам необходимо рассмотреть его более подробно и внимательно. Социолог Ди Гебор (2004) в своей книге «Society of the spectacle» говорит о том, что языком и целью коммуникации в современном обществе становятся образы, созданные средствами массовой информации.

Образы всегда сильнее логики абстрактных понятий, так как их порождает жизнь. Именно благодаря своей яркости и жизненности образ притягивает к себе внимание. Образ – это первая наглядная картина, возникающая в сознании. Это реакция на конкретное слово или выражение, имплицитно нагруженная смыслами и возможностями ассоциативных связей. Как видно из представленных определений, в психологии образ рассматривается как результат восприятия.

Определение Д. Замятина включает в себя культурную составляющую, что является важной чертой для понятия «образ» именно в СМИ: «Образ – максимально отстраненное представление реальности. Образ – часть реальности, поскольку он может меняться вместе в ней. Но вместе с тем он также является фактором изменения реальности в конкретной культуре как один из рычагов влияния на традицию осмысления этой реальности» [19; с. 611]. Согласно автору, образ – это не сама реальность, а ее представление. Соответственно, если мы сопоставим предложенное Д. Замятиным понятие образа и СМИ, то придём к выводу, что между ними существует тесная взаимосвязь: вся информация в СМИ – это отражение действительности, то есть в СМИ широко представлены образы.

В нашем исследовании мы рассматриваем образ мигранта, формируемый в современных немецких СМИ.

### **2.2 Анализ эвфемизмов при создании образа мигрантов в современных немецких СМИ**



В последнее время, время глобализации мирового сообщества и нестабильной политической обстановки в государствах Ближнего Востока, была отмечена тенденция увеличения миграционных процессов во многих европейских странах. Германия также не явилась исключением, став центром крупнейшего миграционного кризиса. В этом году Германия снова стала важным направлением для беженцев. Количество поданных впервые ходатайств о предоставлении убежища увеличилось более чем в два раза по сравнению со средним показателем по ЕС. Об этом сообщают газеты медиа-группы Funke со ссылкой на данные статистического управления ЕС Eurostat. Соответственно, за первые девять месяцев этого года было подано 355 955 первоначальных ходатайств о предоставлении убежища, что на 15 процентов больше, чем в предыдущем году. Согласно отчету, в Германии это число выросло на 33 процента до 100 240 случаев за тот же период. 28 процентов всех первоначальных ходатайств о предоставлении убежища в ЕС были поданы в Германии. За аналогичный период прошлого года - 24 процента.

Не удивительно, что тема миграции вызывает особый интерес исследователей с различных точек зрения. Различия языка, культуры, национального характера и мировосприятия прибывающего и принимающего населения не редко становятся причиной конфликтов и столкновений между мигрантами и коренным населением. Данный факт не мог остаться без внимания средств массовой информации. Обилие публикаций о мигрантах способствует, как правило, формированию в массовом сознании стереотипов в отношении мигрантов и их образа в целом. В связи с этим целесообразно проанализировать способы конструирования медиаобраза мигранта в немецкоязычном пространстве.

В ходе исследования нами было проанализировано 150 статей немецких газет и журналов 2018-2021 гг. Нами был составлен список лексем, используемых в политическом дискурсе для наименования беженцев. В этот список вошли следующие лексические единицы: «Migranten», «Geflüchtete», «Flüchtlinge», «Asylbewerber», «Betroffenen», «Flüchtlingshelfer», «Asylsuchende», «Staatsangehörige», «verletzliche Menschen», «Antragsteller», «Neuankömmlinge», «Drittstaatsangehörige».

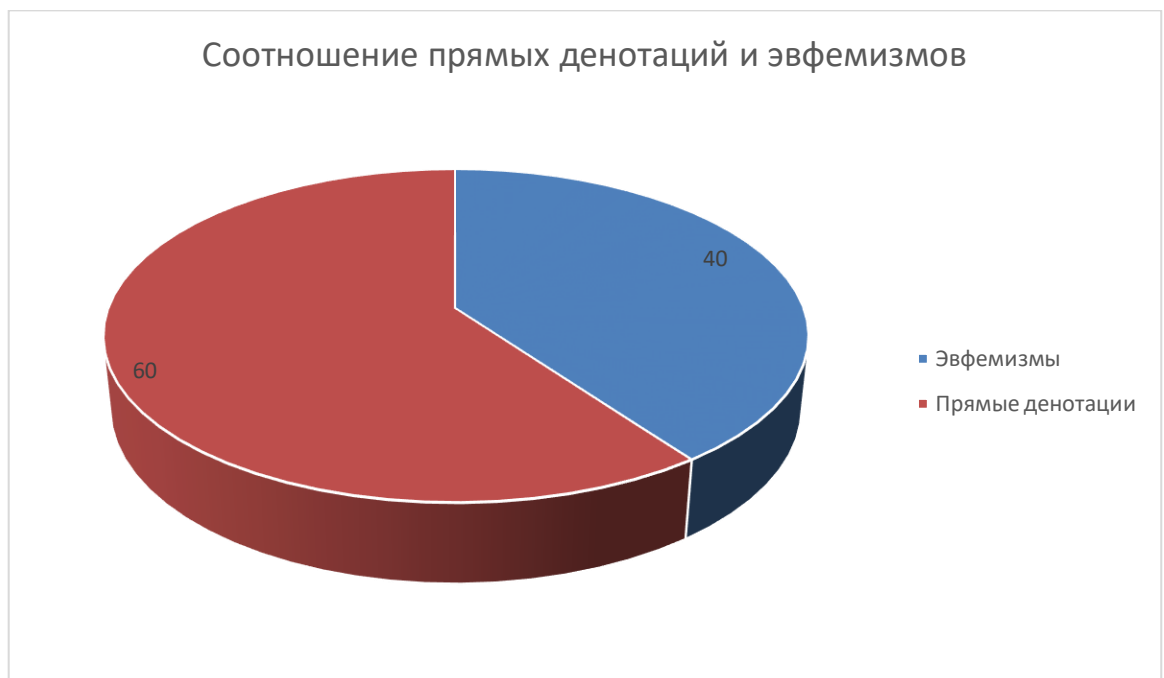
Далее была зафиксирована частотность данных слов, с последующим их делением на прямые денотации и эвфемизмы.

Таблица 1. Прямые денотации беженцев и эвфемизмы.

<u>Прямые денотации</u>	<u>Эвфемизмы</u>
Migranten 61	Asylbewerber 42
Geflüchtete 36	Asylsuchende 33
Flüchtlinge 17	Neuankömmlinge 29
	Staatsangehörige 19
	Drittstaatsangehörige 15
	verletzliche Menschen 13

	Betroffenen 11 Antragsteller 7 Flüchtlingshelfer 5
Всего: 114	Всего: 173

На Рисунке 1 изображена круговая диаграмма, иллюстрирующая процентное соотношение эвфемизмов и прямых обозначений беженцев.



То есть, прямые денотации встречаются намного реже, чем эвфемизмы. Например, *Deutschland war in diesem Jahr erneut ein wichtiges Ziel für **Geflüchtete**.* (<https://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2021-12/asyl-antraege-fluechtlinge-europa-deutschland>)

*Viele **Migranten** sterben bei Bootsunglück.* (<https://www.tagesschau.de/ausland/afrika/fluechtlinge-westlibyen-101.html>)

А в следующих примерах видим уже эвфемизмы:

*In einem Paket aus drei Gesetzen will die Bundesregierung Rechte und Pflichten für **Asylbewerber** neu regeln.*

*Auch **Geduldete** oder **Menschen, deren Asylverfahren noch nicht abgeschlossen ist**, können nun berufsbezogene Deutschkurse in Anspruch nehmen.*

***Alleinstehende** **Asylbewerber** bekommen nun 344 €.* (<https://www.spd.de/aktuelles/gesetzspaket-asylbewerber/>)

Здесь автор использует эвфемизм «лица, ищущие убежища». А так же использует прилагательное «терпимые».

*Jede Nacht in der Kälte: Dramatische Situation für Asylsuchende in Belgien.*  
(<https://de.euronews.com/2021/12/07/asyl-belgien-fluechtlinge>)

*Tausende Asylsuchende aus aller Welt setzen jährlich von Frankreich nach Großbritannien über.*  
(<https://www.zeit.de/2021/49/fluechtlinge-aermelkanal-grossbritannien-frankreich-bootsunglueck>)

*Seit Jahresbeginn kamen 3692 Menschen ins Land - nach 3374 im Vorjahreszeitraum. 2020 Jahr hatte Schleswig-Holstein 3804 Asylsuchende aufgenommen.* (<https://www.zeit.de/news/2021-12/15/742-neue-gefluechtete-im-norden-als-asylsuchende-registriert>)

В следующих предложениях мы встречаем эвфемизмы «граждане», «новички», граждане третьего мира»:

*Eine neue Analyse zeigt, dass die in der Bundesrepublik lebenden ausländischen Staatsangehörigen in der ersten, zweiten und dritten Corona-Welle häufiger gestorben sind als Deutsche.*  
(<https://www.badisches-tagblatt.de/Nachrichten/Corona-Mehr-Todesfaelle-bei-Auslaendern-120051.html>)

*Der deutsche Caritasverband rief die EU-Staaten und vor allem Deutschland auf, «besonders verletzte Menschen», die sich dort befänden, aufzunehmen.* (<https://www.20min.ch/story/belarus-beschuldigt-litauen-sie-werfen-tote-koerper-auf-die-grenze-280742263632>).

*Zusammen machten sie ein Drittel aller Antragsteller aus, gefolgt von Migranten aus Pakistan und dem Irak.* (<https://www.welt.de/politik/deutschland/article235865572/Asylbewerberzahlen-in-Deutschland-steigen-um-33-Prozent.html>)

*Demnach lasse sich die Zahl der Neuankömmlinge nur dann drosseln, wenn man sogenannte „Pull-Faktoren“ verringert.* (<https://www.diepresse.com/6079063/was-fluechtlinge-nach-europa-lockt>)

*Im gleichen Fahrzeug befand sich ein weiterer 24-jähriger moldauischer Staatsbürger, welcher den Bezugszeitraum für Drittstaatsangehörige erheblich überschritt.* (<https://www.pnp.de/polizei/Mit-Falschdokumenten-und-illegal-in-Deutschland-gearbeitet-4185400.html>).

Анализ частотности показал, что в политическом дискурсе используются эвфемизмы при обращении к беженцам в полтора раза чаще, нежели прямые денотации, а именно 60% - эвфемизмы; 40% - прямые обозначения. Эвфемистическая замена осуществляется в целях вуалирования правды, а негативные признаки денотата и возможные отрицательные ассоциации адресата заменяются нейтральными, тем самым описываемые явления приобретают более спокойный характер.

Основными мотивами, которыми руководствуются СМИ при замене прямых обозначений на эвфемизмы являются: желание скрыть остроту социально-политической проблемы беженцев, с целью снятия общественной напряженности и предотвращения

конфликта; стремление избежать оскорбления политического субъекта с более низким статусом; необходимость соблюдения дипломатического этикета согласно принципу вежливости; эвфемизация как способ «сохранения лица у субъекта политики».

Доминирующей функцией употребления эвфемизмов в политическом дискурсе является смягчение информации о негативном процессе миграции беженцев в Европу и беспокойной обстановке в мире.

В целом стоит заключить, что СМИ имеют своей целью не столько проинформировать аудиторию о ситуации с беженцами, но и добиться её расположения, убедить слушателей принять ту или иную позицию, а также заручиться поддержкой граждан.

### **Заключение**

В последнее время вырос интерес лингвистов к языку современных СМИ, что вызвало активное изучение в частности современных публицистических текстов. Тексты СМИ являются особым видом дискурса, процессом распространения информации и процессом распространения отношения к ней. Современное общение характеризуется глобализацией и интеграция различных средств взаимодействия коммуникантов, что обуславливает научный анализ эвфемизации.

Приведённые выше факты показывают, что исследование закономерностей употребления эвфемизмов в СМИ является перспективным и отвечает современным тенденциям в развитии лингвистики.

Рассмотрев теоретические данные, мы приходим к следующим выводам:

Эвфемизмы, выступая в качестве одного из действенных способов камуфлирования действительности и нивелирования негативного воздействия, выполняют функцию манипулирования сознанием реципиентов. Они представляют собой отличный инструмент для влияния на общественное функционирование широких масс. Идентификация эвфемизмов осуществляется благодаря иносказательному способу актуализации их значения в сравнении с «прямыми» некорректными способами вербализации при сохранении исходного смысла высказывания. Прагматические особенности использования эвфемизмов заключаются в формировании определённого, заранее заданного адресантом эмоционально-оценочного отношения к репрезентируемому событию, в выражении субъективных интерпретативных смыслов адресанта с целью убеждения адресата в их правильности и обоснованности.

На страницах прессы, они могут оказывать влияние, и в то же время остаются незаметными инструментами. Они включают в себя сильные образы, которые помогают внушать и убеждать.

Проанализировав статьи современных немецких СМИ, мы приходим к выводу, что в ситуации миграционного кризиса при эвфемизации язык используется в качестве щита против объекта, вызывающего страх, неприязнь, гнев и презрение.

Использование эвфемизмов в политическом дискурсе Евросоюза, освещающем миграционный кризис, нацелено на «программирование» общественного сознания таким образом, чтобы размыть границы между «своими» и «чужими», что, в итоге, должно привести к миролюбивому восприятию потока мигрантов коренным населением.

Итак, можно утверждать, что эвфемизмы являются важной частью языка. Изучение их функций и особенностей существования открывают новые горизонты для исследователей-лингвистов.

## **Список использованной литературы**

1. Lutz W. Doublespeak.- New York: Harper and Row Publishers, 1989. -290 p.
2. Mihas, E. Non-Literal Language in Political Discourse.- University of Wisconsin-Milwaukee, 2005.-139 p.
3. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка: Учебн. для ин-тов и фак. иностр. яз. 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Высш. шк., 1986. - 295 с.
4. Барина А.В. Эвфемизация как объект изучения науки о культуре речи // Проблемы речевой коммуникации: Межвуз. сб. науч. тр. / Под ред. М.А. Кормилицыной, О.Б. Сиротининой. Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 2008. -С. 348-351.
5. Бердова Н.М. Эвфемизмы в современном немецком языке: дисс. канд. филол. наук. Киев, 1981. - 230 с.
6. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка. Учебник. 3-е изд. - М.: Высш. школа, 1981. - 334 с.
7. Желтухина М.Р. О содержании дискурса масс-медиа // Вестник Луганского национального педагогического университета им. Тараса Шевченко: Филологич. науки. Ч. 1. Луганск: Изд-во ЛНПУ «Альма-матер», 2007. - № 11 (128).-С. 27-40.
8. Замятин, Д. Геокультура: образ и его интерпретации [Текст] / Д. Замятин // Культурология: Хрестоматия для высшей школы (сост: А.И. Кравченко) — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Академический проект, Екатеринбург: Деловая книга, 2003. - С.609-616.
9. Крысин Л.П. Эвфемизмы в современной русской речи // Русский язык конца XX столетия (1985-1995) /Отв. ред. Е.А. Земская. М.: «Язык русской культуры», 1996. - С. 384 - 408.
10. Уварова Е.А. Семантический механизм эвфемизации // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки.- 2010. -Вып.2.- С. 452-460.
11. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса. Монография.- Волгоград: Перемена, 2000.- 440 с.
12. Южакова Ю.В. Толерантность массово-информационного дискурса идеологической направленности: Дис. канд... филол. наук.- Челябинск, 2007.- 203 с.

#### **Список источников языкового материала**

1. <https://www.welt.de/>
2. <https://www.zeit.de/index>
3. <https://taz.de/>
4. <https://www.sueddeutsche.de/>
5. <https://www.fr.de/>
6. <https://www.focus.de/>
7. <https://www.spiegel.de/>