

О. В. Обвинцева
Екатеринбург, Россия

ДИСФЕМИЗМЫ КАК СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ДИСКРЕДИТАЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме коммуникативных стратегий и тактик в дискурсе средств массовой коммуникации. Целью статьи является исследование особенностей использования дисфемизмов в качестве языковых средств реализации стратегии дискредитации в американских и британских СМИ. Обосновывается мысль о том, что в настоящее время в непростой политической обстановке в мире в дискурсе СМИ четко прослеживается разделение участников массовой коммуникации на «своих» и «чужих», при этом дискредитация «чужих» становится важным способом воздействия на сознание адресата. Коммуникативная стратегия дискредитации является инструментом комплексного речевого воздействия на массовую аудиторию. На основе изучения определенных дисфемизмов выделяются их характерные особенности, которые позволяют считать их одними из эффективных языковых средств для реализации стратегии дискредитации в средствах массовой коммуникации. Исследование показало, что в британских и американских СМИ с помощью дисфемизмов стратегия дискредитации чаще всего реализуется в тактике оскорбления, тактике наклеивания ярлыков и тактике издевки. В статье значительное внимание уделяется анализу конкретных примеров использования дисфемизмов для реализации трех тактик в текстах американской и британской прессы. В заключение говорится, что в текстах массовой коммуникации на злободневные политические темы, вызывающие неоднозначную реакцию в обществе, где более «ситуативно уместными» были бы нейтральные или даже смягченные выражения, намеренное использование вместо них дисфемизмов помогает успешно реализовать речевую стратегию дискредитации.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: средства массовой информации; СМИ; язык СМИ; английский язык; медиадискурс; медиатексты; коммуникативные стратегии; дискредитация; дисфемизмы; речевые тактики; тактика оскорбления; тактика наклеивания ярлыков; тактика издевки.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Обвинцева Ольга Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, доцент, кафедра иностранных языков и перевода, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина; 620002, Россия, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail: olgaobv@gmail.com.

Роль средств массовой коммуникации в жизни современного общества невозможно переоценить. Телевидение, печатные издания и Интернет не только и не столько распространяют информацию, сколько целенаправленно воздействуют на ее потребителя, формируя общественное мнение.

По определению С. А. Зелинского, массовая коммуникация — «это систематическое распространение сообщений среди численно больших, рассредоточенных аудиторий с целью воздействия на оценки, мнения и поведение людей» [Зелинский 2008: 246].

Для наиболее эффективного воздействия на аудиторию СМИ используют различные коммуникативные стратегии. По определению О. С. Иссерс, «речевая стратегия — с точки зрения когнитивной лингвистики — это план комплексного речевого воздействия, которое осуществляет говорящий для „обработки“ партнера. Это своего рода „насилие“ над адресатом, направленное на изменение его модели мира, на трансформацию его концептуального сознания» [Иссерс 2008: 102].

В настоящее время, когда политическая ситуация в мире заметно обострилась и «информационное противостояние выступает одним из основных способов борьбы за власть и реализацию геополитических интересов государств» [Коцюбинская 2017: 74], все чаще воздействие средств массовой информации на аудиторию выражается в довольно агрессивной форме.

Хотя общеизвестно, что британские и американские средства массовой информа-

ции позиционируют себя как независимые, они прямо или косвенно поддерживают определенные политические партии и лояльны по отношению к определенным политикам. В англоязычном дискурсе СМИ четко прослеживается разделение участников массовой коммуникации на «своих» и «чужих», при этом дискредитация «чужих» становится важным способом воздействия на сознание адресата.

Согласно толковому словарю русского языка С. И. Ожегова, *дискредитировать* означает «подорвать (подорывать) доверие к кому-чему-нибудь, умалить (-лгать) чей-нибудь авторитет» [Ожегов 2008].

В английском языке соответствующий глагол *to discredit* «Cambridge English Dictionary» толкует как «подорвать уважение, веру в человека или идею» [Cambridge Dictionary <http://>].

В настоящее время в разных странах происходят события, усиливающие напряженность, усложняющие и без того непростую политическую обстановку в мире, например, *Brexit* в Великобритании, введение экономических и политических санкций против России, избрание Д. Трампа президентом США, допинговый скандал вокруг российского спорта и др. В этой ситуации разделение участников массовой коммуникации на «своих» и «чужих» становится все более бескомпромиссным, а дискредитация «чужих» проявляется во все более агрессивных формах.

Одним из эффективных языковых средств для реализации стратегии дискредитации в

средствах массовой коммуникации являются дисфемизмы. В отечественной и зарубежной лингвистической литературе существуют различные определения этого феномена. В. П. Москвин определяет дисфемизмы как «прямые выражения, случайно либо нарочито входящие в противоречие с требованием ситуативной уместности» [Москвин 2007: 24]. Известные британские лингвисты К. Аллан (K. Allan) и К. Бурридж (K. Burridge), авторы нескольких серьезных трудов по эвфемии и дисфемии, предлагают такое определение: «Дисфемизм — это выражение, содержащее коннотации, которые являются оскорбительными по отношению к денотату или аудитории или к обоим, и по этой причине дисфемизм заменяют на нейтральные или эвфемистические выражения» [Allan, Burridge 1991: 26].

В рамках лингвопрагматического подхода к эвфемии и дисфемии, дисфемизм рассматривается как речевой акт, область значения которого — «сознательное огрубление речи», а словесный материал составляет бранная лексика и ругательства [Ковшова 2007: 105]. Лингвопрагматический подход к дисфемии реализован в определении дисфемизма в словаре социолингвистических терминов: «...замена в прагматических целях естественного в данном контексте обозначения какого-л. предмета или явления более вульгарным, фамильярным или грубым. Очень часто используется в политическом дискурсе» [Словарь социолингвистических терминов 2006: 63].

Серьезный анализ термина «дисфемизм» на материале дефиниций из лингвистических терминологических словарей, справочников и энциклопедий, опубликованных в XX в. и в начале XXI столетия, представлен в работе Е. В. Шишовой. Автор суммирует свойства дисфемизмов следующим образом: «1) дублетными вариантами термина *дисфемизм* являются *дефемизм* и *какофемизм*; 2) ассоциативные признаки дисфемизма — это употребленные в речи грубых, неприличных, нетактичных, неуместных, резких, сниженных, вульгарных, фамильярных слов и выражений; 3) явление дисфемии соотносимо с явлением эвфемии, это два противоположных понятия, коррелята, антонимическая пара. Дисфемизм функционально противопоставляется эвфемизму: дисфемизм экспрессивно передает отрицательную оценку действительности говорящим, дискредитируя оппонента и нанося ему моральный ущерб, вплоть до оскорбления, таким образом, он сообщает агрессию со стороны адресанта» [Шишова 2014: 76].

Таким образом, эффективность использования дисфемизмов для реализации стра-

тегии дискредитации в средствах массовой коммуникации обусловлена следующими их особенностями: 1) дисфемизмы представляют собой прямые наименования, оскорбительные по отношению к адресату; 2) происходит намеренная, сознательная замена нейтрального наименования дисфемизмом, с целью передачи адресантом своей отрицательной оценки объекта наименования; 3) стилистический спектр дисфемистических наименований довольно широк: от неуместных, нетактичных, резких до грубых, вульгарных, бранных.

Настоящее исследование реализации стратегии дискредитации с использованием дисфемизмов проводилось на материале статей из британских и американских онлайн-версий печатных СМИ, представляющих широкий спектр взглядов, — как качественных (*The Guardian*, *The Independent*, *The New York Times*, *The Washington Post*), так и популярных (*The Daily Express*, *The Daily Mirror*) изданий. Тематика статей — актуальные события, вызывающие неоднозначную реакцию мирового сообщества, такие как *Brexit* в Великобритании, введение экономических и политических санкций против России, избрание Д. Трампа президентом США, допинговый скандал в российском спорте и др.

По мнению О. С. Иссерс, «задача описания речевых стратегий заключается в том, чтобы представить номенклатуру типовых тактик, реализующих конкретную речевую стратегию» [Иссерс 2008: 111]. Исследование политического дискурса англоязычных СМИ показало, что с помощью дисфемизмов стратегия дискредитации чаще всего реализуется в трех тактиках: 1) тактике оскорбления, 2) тактике наклеивания ярлыков, 3) тактике издевки.

Реализация тактики оскорбления

По определению толкового словаря русского языка Т. Ф. Ефремовой, *оскорбление* (*оскорблять*) — «причинять моральный ущерб, тяжело обижать, крайне унижать кого-либо» [Ефремова 2000].

В английском языке, согласно «Cambridge English Dictionary», *insult/оскорблять* — «говорить или совершать действия по отношению к кому-либо, которые являются грубыми или обидными» [Cambridge Dictionary <http://>].

Примеры дисфемизмов в реализации тактики оскорбления из материалов американских и британских СМИ, дискредитирующих Д. Трампа и В. Путина:

*As he stood just feet from four of the last six presidents, he **trashed** them, talking about a Washington establishment* (nytimes.com. 21.01.17).

Donald Trump has made no secret of his bigotry (theguardian.com. 12.01.18).

Mr. Stone's ignorance of his subject allows him to listen uncritically as Mr. Putin lies (nytimes.com. 25.06.17).

Здесь дисфемизмы, представляющие собой лексемы с негативно-оценочной семантикой, такие как *trashed* / поносил, *bigotry* / мракобесие, *ignorance* / невежество, *lies* / лжет, использованы для прямого, незавуалированного называния действий и поступков лиц, на которых направлена тактика оскорбления, представляя их массовой аудитории в «истинном», неприглядном виде.

Кроме одиночных лексем, в роли дисфемизмов выступают также атрибутивные словосочетания. Следует отметить, что такой вид словосочетаний в англоязычных текстах массовой коммуникации довольно распространен. Атрибутивный компонент дисфемизма-словосочетания (негативно-оценочное прилагательное или существительное), находящийся в препозиции к стержневому существительному, обычно обозначает неприглядное качество, свойство, признак объекта, на который направлена тактика оскорбления. Такие сочетания дают возможность легко получать большое количество вариантов негативной оценки объекта дискредитации, чтобы высветить разнообразные, унижительные для объекта дискредитации черты.

Например:

*Where to start with the **distorted thinking** exhibited in these tweets? On collusion, Trump is, at best, premature* (washingtonpost.com. 16.06.17).

*Tony Kushner to write play on '**borderline psychotic**' Donald Trump* (theguardian.com. 02.08.17).

В приведенных цитатах из американской и британской прессы дисфемизмы в довольно грубой форме высвечивают различные негативные особенности личности американского президента (*'borderline psychotic'* Donald Trump / почти психически больной; *distorted thinking* / извращенное мышление), успешно реализуя тем самым тактику оскорбления.

Реализация тактики наклеивания ярлыков

Помимо тактики оскорбления, дисфемизмы эффективно используются в реализации тактики наклеивания ярлыков.

По определению фразеологического словаря русского языка, *наклеивать ярлык* — «давать кому-л. одностороннюю характеристику обычно негативного, обвинительного свойства» [Фразеологический сло-

варь русского языка 2006]. В английском языке, согласно «Cambridge English Dictionary», *label* / ярлык — слово или фраза, которая используется для описания характеристик и качеств людей, деятельности или вещей, часто в несправедливом виде [Cambridge English Dictionary http].

Чтобы создать и закрепить негативный образ объекта дискредитации, в качестве дисфемизмов используются лексемы с крайне негативной семантикой, слова сниженного стилистического регистра, иногда даже бранные слова.

Например, в статьях популярных британских таблоидов используются дисфемизмы-лексемы с крайне негативным значением в качестве ярлыков для противников выхода Великобритании из Евросоюза: *the pro-EU fanatics* / проевропейские фанатики (противники Brexit), *the Brussels despots* / брюссельские деспоты (главы Евросоюза).

*The inconvenient truth for the **pro-EU fanatics** is that the British economy is still fundamentally sound* (express.co.uk. 27.07.17).

*Obama claimed that Brexit would send a message of division to the world but the truth is that the present bullying tactics of the **Brussels despots** and their "negotiating" team send a different message, one of undemocratic divide and rule* (express.co.uk. 24.07.17).

В другом примере дисфемизм-неологизм *Brextremists* (от *Brexit* + *extremists*) «клеят» противоположный лагерь — приверженцев Brexit.

*Lying **Brextremists** conned a narrow referendum victory by pretending the European Union was stealing a huge wedge of your money* (mirror.co.uk. 11.02.18).

Дисфемизм сниженного стиля (*control freak* / любящий командовать псих) использован для реализации тактики наклеивания ярлыков таблоидом *The Daily Mirror* по отношению к британскому премьер-министру Т. Мэй:

***Control freak** Theresa May caused Tory Brexit chaos — and cabinet splits during her summer holiday exposed it* (mirror.co.uk. 12.08.17).

В материалах СМИ, посвященных президенту США Д. Трампу, тактика наклеивания ярлыков используется очень активно. Для этого выбираются дисфемизмы с денотатами разной степени негативности, в частности такие как *a braggart* / хвастун; *the narcissist* / нарцисс; *a racist-in-chief* / главный расист.

*We've already become so accustomed to his egomania that we sometimes forget how remarkable it is. He's a **braggart** beyond his predecessors in the Oval Office* (nytimes.com. 21.01.17).

Donald Trump's views on Britain show him up for the narcissist he is (theguardian.com. 02.08.17).

'Shithole countries'? Words worthy of a racist-in-chief (theguardian.com. 12.01.18).

Во всех приведенных примерах дисфемизмы успешно реализуют тактику наклеивания ярлыков, поскольку являются яркими и запоминающимися негативными характеристиками, которые прочно ассоциируются с объектами дискредитации, представляемыми в крайне негативном свете.

Реализация тактики издевки.

Еще одна тактика, которую используют СМИ, реализуя стратегию дискредитации с помощью дисфемизмов, — это тактика издевки.

По определению толкового словаря русского языка Т. Ф. Ефремовой, издевка — «злая, оскорбительная насмешка, обидная шутка, издевательство» [Ефремова 2000].

В английском языке, согласно «Cambridge English Dictionary», *mockery* / издевка — «поведение, при котором кто-либо насмехается над кем-л., чем-л.» [Cambridge English Dictionary <http://>].

В статье британской *The Guardian* использован дисфемизм *zombie prime minister* по отношению к премьер-министру Т. Мэй:

This side of the channel, Mrs May is now routinely referred to and depicted as the "zombie prime minister", a phrase I used to describe her immediately after the election (theguardian.com. 25.06.17).

Здесь насмешка над действиями премьер-министра передается через переносное значение разговорной лексики *zombi* — «мистическое существо („живой труп“), в которое якобы может превращаться умерший человек и которое слепо подчиняется воле воздействующих на него людей» [Крысин 2006].

В другом случае для реализации тактики издевки используется дисфемизм-неологизм *remoaners* — слово, образованное с помощью телескопии от *remain* / *оставаться* и *toaners* / *нытики*. Дисфемизм представляет собой злую насмешку над противниками *Brexit*, которые, несмотря на результаты референдума 2016 г., продолжают считать, что Великобритания должна оставаться членом ЕС, и постоянно озвучивают «катастрофические» последствия выхода.

Remoaners hate the fact that the economy is performing well, says LEO MCKINSTRY (express.co.uk. 27.07.17).

Кроме того, для реализации тактики издевки используются дисфемизмы-метафоры, например:

With Trump we enter a new age of arrogance. He's the cock crowing at its dawn. But they were nothing like Trump, who's a preening cartoon (nytimes.com. 21.01.17).

В процитированной статье журналиста *New York Times* о инаугурации Д. Трампа только что принявший присягу президент США издевательски назван *the cock crowing at its dawn* / кукарекающий на заре петух и *a preening cartoon* / прихорашивающаяся карикатура.

В другом примере британский таблоид *The Daily Express* зло насмехается над руководителями Евросоюза, используя дисфемизм-метафору *corrupt and sclerotic club* / *коррупцированный и закостеневший клуб* и тем самым успешно реализуя тактику издевки:

Their egos are so vast that they cannot comprehend that any nation could consider it would be better off outside of their corrupt and sclerotic club (express.co.uk. 24.07.17).

Таким образом, в текстах массовой коммуникации на злободневные политические темы, вызывающие неоднозначную реакцию в обществе, где более «ситуативно уместными» были бы нейтральные или даже смягченные выражения, намеренное использование вместо них дисфемизмов, которые представляют собой крайне негативную характеристику «чужого» участника массовой коммуникации, помогает успешно реализовать речевую стратегию дискредитации.

ИСТОЧНИКИ

1. Bruni F. The President Who Buried Humility [Electronic resource] // The New York Times. 21.01.17. URL: <https://www.nytimes.com/2017/01/21/opinion/sunday/the-president-who-buried-humility.html>.
2. Dixon C. New foreign age outrage [Electronic resource] // The Daily Express. 24.07.17. URL: <https://www.pressreader.com/uk/dailyexpress/20170724/281487866412193>.
3. Gessen M. How Putin Seduced Oliver Stone — and Trump [Electronic resource] // The New York Times. 25.06.17. URL: <https://www.nytimes.com/2017/06/25/opinion/oliver-stone-putin-trump.html>.
4. Freedland J. Donald Trump's views on Britain show him up for the narcissist he is [Electronic resource] // The Guardian. 02.08.17. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/aug/02/donald-trump-britain-narcissist-wall-street-journal-brexit-us-trade-deal>.
5. McKinstry L. Remoaners hate the fact that the economy is performing well [Electronic resource] // The Daily Express. 27.07.17. URL: <http://www.express.co.uk/comment/expresscomment/833582>.
6. Maguire K. 'Brexit lies about cost of EU will be the sinking of the good ship Britain' [Electronic resource] // The Daily Mirror. 11.02.18. URL: <https://www.mirror.co.uk/news/politics/brexit-lies-cost-eu-sinking-12010423>.
7. Marcus R. Trump's tantrums speak volumes [Electronic resource] // The Washington Post. 16.06.17. URL: https://www.washingtonpost.com/opinions/trumps-tantrum-tweets-speak-volumes/2017/06/16/4c8c24c0-52d4-11e7-be25-3a519335381c_story.html?utm_term=.48ef9dbf2a58.
8. Rawnsley A. That jeering sound you can hear is Europe laughing at Britain [Electronic resource] // The Guardian. 25.06.17. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/jun/24/brexit-europe-laughing-britain-unstable-government>.

9. Prescott J. Control freak Theresa May caused Tory Brexit chaos — and cabinet splits during her summer holiday exposed it [Electronic resource] // The Daily Mirror. 12.08.17. URL: <https://www.mirror.co.uk/news/politics/control-freak-theresa-caused-tory-10936219>.

10. Wolfe R. 'Shithole countries'? Words worthy of a racist-in-chief [Electronic resource] // The Guardian. 12.01.18. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jan/12/racist-in-chief-shithole-countries-donald-trump-bigotry-historic-racism>.

ЛИТЕРАТУРА

11. Большой фразеологический словарь русского языка / отв. ред. д-р филол. наук В. Н. Телия. — М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2006. 926 с.

12. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка: толково-словообразовательный. Т. 1. А—О. — М.: Русский язык, 2000. 1209 с.

13. Зелинский С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. — СПб.: СКИФИЯ, 2008. 280 с.

14. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. — М.: ЛКИ, 2008. 288 с.

15. Ковшова М. Л. Семантика и прагматика эвфемизмов. Краткий тематический словарь современных русских эвфемизмов. — М.: Гнозис, 2007. 320 с.

16. Коцюбинская Л. В. Эффективность информационной атаки: к постановке проблемы // Политическая лингвистика. 2017. № 1 (61). С. 74.

17. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. Изд. 3-е, доп. — М.: Эксмо, 2006. 944 с.

18. Москвин В. П. Эвфемизмы в системе современного русского языка. — М.: ЛЕНАНД, 2007. 264 с.

19. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. — М.: ИТИ Технологии, 2008. 938 с.

20. Словарь социолингвистических терминов / отв. ред. д-р филол. наук В. Ю. Михальченко. — М.: Рос. акад. наук, Ин-т языкознания; Рос. акад. лингвист. наук, 2006. 312 с.

21. Шишова Е. В. Определение термина «дисфемизм» в лингвистических терминологических словарях, справочниках и энциклопедиях // Филология и культура. 2014. № 2 (36). С. 73—78.

22. Allan K., Burridge K. Euphemism and dysphemism, language used as shield and weapon. — Oxford, New York: Oxford Univ. Pr., 1991.

23. Cambridge Dictionary [Electronic resource]. URL: <http://dictionary.cambridge.org>.

O. V. Obvintseva
Ekaterinburg, Russia

DYSPHEMISMS AS MEANS OF DISCREDIT SPEECH STRATEGY IMPLEMENTATION IN ENGLISH TEXTS OF MASS COMMUNICATION

ABSTRACT. The article is devoted to the current problem of communicative strategies and tactics in the discourse of mass communication. The aim of the article is to study the peculiarities of using dysphemisms as linguistic means of implementing a discredit strategy in American and British media. The author justifies the idea that nowadays in the difficult political situation in the world, media discourse clearly traces the division of mass communication participants into "one's own" and "aliens", while discrediting "aliens" becomes an important way of influencing the addressee's consciousness. Communicative discredit strategy is a tool of complex speech influence on mass audience. On the basis of definitions of dysphemisms, their characteristic features are singled out, and they allow us to consider dysphemisms one of the most effective linguistic tools, for implementing the discredit strategy in the media. The study showed that in the British and American media with the help of dysphemisms, the discredit strategy is most often realized in tactics of insult, tactics of labelling and tactics of mockery. The article pays much attention to the analysis of particular examples of dysphemisms usage for the implementation of the three tactics in the texts of the American and British press. In conclusion, it is said that in the texts of mass communication on topical political issues that cause mixed reactions in a society where neutral, or even relaxed expressions would be more "situationally appropriate", deliberate use of dysphemisms instead of them helps successfully implement the speech discredit strategy.

KEYWORDS: mass media; media; language of mass media; English; media discourse; media texts; communicative strategies; discredit; dysphemism; communicative tactics; tactic of insult; tactic of labeling; tactic of mockery.

ABOUT THE AUTHOR: Obvintseva Olga Vladimirovna, Candidate of Philology, Assistant Professor, Department of Foreign Languages and Translation, Ural Federal University n.a. the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.

REFERENCES

1. Bruni F. The President Who Buried Humility [Electronic resource] // The New York Times. 21.01.17. URL: <https://www.nytimes.com/2017/01/21/opinion/sunday/the-president-who-buried-humility.html>.

2. Dixon C. New foreign age outrage [Electronic resource] // The Daily Express. 24.07.17. URL: <https://www.pressreader.com/uk/dailyexpress/20170724/281487866412193>.

3. Gessen M. How Putin Seduced Oliver Stone — and Trump [Electronic resource] // The New York Times. 25.06.17. URL: <https://www.nytimes.com/2017/06/25/opinion/oliver-stone-putin-trump.html>.

4. Freedland J. Donald Trump's views on Britain show him up for the narcissist he is [Electronic resource] // The Guardian. 02.08.17. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/aug/02/donald-trump-britain-narcissist-wall-street-journal-brex-it-us-trade-deal>.

5. McKinstry L. Remoaners hate the fact that the economy is performing well [Electronic resource] // The Daily Express. 27.07.17. URL: <http://www.express.co.uk/comment/expresscomment/833582>.

6. Maguire K. 'Brexit lies about cost of EU will be the sinking of the good ship Britain' [Electronic resource] // The Daily Mirror. 11.02.18. URL: <https://www.mirror.co.uk/news/politics/brexit-lies-cost-eu-sinking-12010423>.

7. Marcus R. Trump's tantrums speak volumes [Electronic resource] // The Washington Post. 16.06.17. URL: https://www.washingtonpost.com/opinions/trumps-tantrum-tweets-speak-volumes/2017/06/16/4c8c24c0-52d4-11e7-be25-3a519335381c_story.html?utm_term=.48ef9dbf2a58.

8. Rawnsley A. That jeering sound you can hear is Europe laughing at Britain [Electronic resource] // The Guardian. 25.06.17. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/jun/24/brexit-europe-laughing-britain-unstable-government>.

9. Prescott J. Control freak Theresa May caused Tory Brexit chaos — and cabinet splits during her summer holiday exposed it [Electronic resource] // The Daily Mirror. 12.08.17. URL: <https://www.mirror.co.uk/news/politics/control-freak-theresa-caused-tory-10936219>.

10. Wolfe R. 'Shithole countries'? Words worthy of a racist-in-chief [Electronic resource] // The Guardian. 12.01.18. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jan/12/racist-in-chief-shithole-countries-donald-trump-bigotry-historic-racism>.

11. Bol'shoy frazeologicheskiy slovar' russkogo yazyka / отв. ред. д-р филол. наук В. Н. Телия. — М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2006. 926 с.

12. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка: толково-словообразовательный. Т. 1. А—О. — М.: Русский язык, 2000. 1209 с.

13. Зелинский С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. — СПб.: СКИФИЯ, 2008. 280 с.

14. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. — М.: ЛКИ, 2008. 288 с.

15. Ковшова М. Л. Семантика и прагматика эвфемизмов. Краткий тематический словарь современных русских эвфемизмов. — М.: Гнозис, 2007. 320 с.

16. Котыубинская Л. В. Эффективность информационной атаки: к постановке проблемы // Политическая лингвистика. 2017. № 1 (61). С. 74.

17. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. Изд. 3-е, доп. — М.: Эксмо, 2006. 944 с.

18. Moskvina V. P. Evfemizmy v sisteme sovremennogo russkogo yazyka. — M. : LENAND, 2007. 264 s.
19. Ozhegov S. I. Tolkovyy slovar' russkogo yazyka. — M. : ITI Tekhnologii, 2008. 938 s.
20. Slovar' sotsiolingvisticheskikh terminov / otv. red. d-r filol. nauk V. Yu. Mikhailchenko. — M. : Ros. akad. nauk, In-t yazykoznavaniya ; Ros. akad. lingvist. nauk, 2006. 312 s.
21. Shishova E. V. Opredelenie termina «disfemizm» v lingvis-

ticheskikh terminologicheskikh slovaryakh, spravochnikakh i entsiklopediyakh // Filologiya i kul'tura. 2014. № 2 (36). P. 73—78.

22. Allan K., Burridge K. Euphemism and dysphemism, language used as shield and weapon. — Oxford, New York : Oxford Univ. Pr., 1991.

23. Cambridge Dictionary [Electronic resource]. URL: <http://dictionary.cambridge.org>.