

UNIVERSIDAD ESTATAL DE SAN PETERSBURGO

Facultad de Filología

Departamento de idiomas romances

SKORNYAKOVA ALEXANDRA ANATOLIEVNA

**Funcionamiento de los eufemismos en los Medios Masivos de
Comunicación**

Tesis de Maestría para recibir el título de Máster en Lingüística

**Directora de tesis: Doctora en Filología, Profesora
Asociada de la Cátedra de Filología Románica de la
SPBU,**

IAKUSHKINA KSENIA VALERIEVNA.

**Recensora: Doctora en Filología, Profesora Asociada de
la Cátedra de Filología Románica de la
Universidad Pedagógica Estatal Herzen,**

IVANOVA ANNA VIKTOROVNA.

San Petersburgo,

2016

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Филологический факультет
Кафедра романских языков

СКОРНЯКОВА АЛЕКСАНДРА АНАТОЛЬЕВНА

**Особенности функционирования эвфемизмов в
средствах массовой коммуникации**

**Выпускная квалификационная работа на соискание степени магистра
лингвистики**

**Руководитель: к.ф.н., старший преподаватель
кафедры романской филологии СПбГУ,**

ЯКУШКИНА КСЕНИЯ ВАЛЕРЬЕВНА

**Рецензент: к.ф.н., старший преподаватель
кафедры романской филологии Института
иностранных языков РГПУ им. А. И. Герцена,**

ИВАНОВА АННА ВИКТОРОВНА

**Санкт-Петербург,
2016**

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	4
CAPÍTULO 1. FUNCIONAMIENTO DE LOS EUFEMISMOS EN LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN	7
1.1. El lenguaje de los medios de comunicación masiva como objeto de investigación.....	7
1.2. La noción de eufemía y eufemismos.....	11
1.3. Enfoques existentes sobre la clasificación de los eufemismos.....	14
1.4. El uso de los eufemismos en los medios de comunicación masiva	19
Conclusiones del primer capítulo.....	24
CAPÍTULO 2. ASPECTOS DEL USO DE LOS EUFEMISMOS EN LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN DE RUSIA Y ESPAÑA	27
2.1. El fenómeno de la eufemía en el contexto de las peculiaridades nacionales y culturales	27
2.2. Aspectos principales de los métodos de formación de los eufemismos en los medios de comunicación masiva.....	31
2.3. Las esferas tradicionales de la eufemización en los medios de comunicación masiva de Rusia.....	35
2.3.1 La clasificación de los eufemismos según su uso en los medios de comunicación masiva rusos	39
2.4. Las esferas tradicionales de la eufemización en los medios de comunicación masiva de España.....	48
2.4.1 La clasificación de los eufemismos según su uso en los medios de comunicación masiva de España	53
Conclusiones del segundo capítulo.....	64
CONCLUSIÓN.....	67
Bibliografía.....	70

INTRODUCCIÓN

Nuestro trabajo se titula “Funcionamiento de los eufemismos en los Medios Masivos de Comunicación”. El tema de nuestra investigación es muy actual en la lingüística. Como se sabe, el fenómeno de los eufemismos es un componente integral del proceso pragmático de la comunicación.

Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española un eufemismo es “una manifestación suave o decorosa de ideas cuya recta y franca expresión sería dura o malsonante”. El objetivo principal de los eufemismos es sustituir una palabra dura o malsonante por otra políticamente correcta o menos ofensiva.

El objeto principal de nuestro trabajo es determinar las peculiaridades del funcionamiento de los eufemismos en los medios de comunicación masiva. Algunas de **las tareas** que nos planteamos solucionar en el trabajo son las siguientes:

- Determinar el lugar de los eufemismos en el contexto de las características nacionales y culturales de la mentalidad española y rusa;
- Analizar el principal uso de los eufemismos en los medios masivos de comunicación;
- Estudiar los principales temas de los eufemismos en la lengua española y rusa;
- Investigar las esferas principales de la eufemización en los medios de comunicación masiva;
- Mostrar las semejanzas y diferencias en el proceso de *eufemización* en los idiomas español y ruso;
- Ofrecer una clasificación de los eufemismos según su uso en los medios de comunicación masiva de Rusia e España.

El objeto de estudio es un objeto real (eufemismos) del mundo exterior que en nuestro caso encontramos en actos del habla de los medios masivos de comunicación españoles y rusos. Obviamente para nuestro trabajo ese objeto real ha sido transformado en un objeto lingüístico (en un sentido más estricto

entendemos al eufemismo como una unidad léxica; en un sentido más amplio, un eufemismo es cualquier unidad lingüística que cumple una función eufemística).

Nuestro trabajo consiste en describir y analizar una realidad lingüística empírica, realizaciones concretas de eufemismos en medios masivos de comunicación españoles y rusos, con el fin de entender su funcionamiento, de encontrar semejanzas y diferencias en el uso de los eufemismos en las dos lenguas, y también hablar un poco de las posibilidades traductológicas de los mismos. Pretender crear una teoría del uso de los eufemismos a partir de un trabajo es una tarea imposible, pero la suma de distintos trabajos en este tema (que, como ya hemos dicho, es muy actual en los últimos años), puede llevar a la creación de una teoría lingüística acerca de la creación de eufemismos en el ruso, en el español, y por supuesto a una teoría de la traducción de los eufemismos, no sólo en el ámbito del periodismo, como es nuestro caso, sino también en otros ámbitos como el judicial, el deportivo, el literario, etc.

Los eufemismos en la mayoría de casos nacen por los tabús (mitológicos, religiosos, sexuales) o por el deseo de ser políticamente correctos (evitar cualquier clase de xenofobia, racismo, discriminación). Estos dos aspectos son culturales y dependen en gran parte de la mentalidad de cada cultura: lo que es tabú en España, puede no ser tabú en Rusia, y viceversa. Por esta razón es muy importante estudiar la diferencia del funcionamiento de los eufemismos en los medios de comunicación masiva de ambos países.

En nuestro caso, **los principales materiales** de nuestra investigación son ejemplos tomados de los periódicos españoles «El País», «El Mundo» y «ABC», y los periódicos rusos «АиФ», «Комсомольская правда» y «Известия» publicados en el período de 2005 a 2016. Como fuente principal hemos usado las publicaciones de sus páginas oficiales en Internet (www.elpais.es, <http://www.elmundo.es/>, <http://www.abc.es/>, <http://www.aif.ru/>, <http://www.msk.kp.ru/>, <http://izvestia.ru/>).

En términos generales la naturaleza multispectual de los eufemismos hace que la selección de **los métodos de investigación** sea bastante amplia; en nuestro

trabajo usaremos los siguientes métodos: el método de interpretación, el método de muestreo, el método de cuantificación, el método de análisis semántico de los significados léxicos, el método comparativo.

La importancia teórica del trabajo consiste en que sus resultados se pueden utilizarse en los trabajos posteriores con el fin de investigar de un modo más amplio las peculiaridades del funcionamiento de los eufemismos en la lengua española y rusa.

La importancia práctica de la investigación dada consiste en la posibilidad de la aplicación de los resultados de la investigación en el proceso de la enseñanza del español, en particular en los cursos de lexicología y la estilística.

Como **base teórica** de nuestra investigación hemos usado los trabajos de N.D. Arutyunova, S.I. Zhelvis, M.L. Kovshova, E.O.Miloenko, E.P. Senichkina, A.N. Rodchenko, O.V. Fedosova, N.M. Firsova, K.V. Iakushkina y otros científicos.

Estructura de la tesis. Nuestro trabajo consiste de introducción, dos capítulos, conclusión y bibliografía (55 nombres). El trabajo tiene un total de 75 páginas.

En la introducción se determina la actualidad de la tesis, el tema, el objeto, las tareas y los métodos de la investigación, también se describe la novedad científica del trabajo, su importancia teórica y práctica.

En el primer capítulo hemos examinado el fenómeno de los medios de comunicación masiva, la definición del concepto de la eufemía así como los principios teóricos relacionados con el problema de la definición de los eufemismos y las clasificaciones existentes sobre la eufemía; también hemos destacado los criterios básicos de la eufemización. En el segundo capítulo hemos realizado el análisis del funcionamiento de los eufemismos en la lengua de los periódicos españoles y rusos.

En la conclusión hemos apuntado los resultados principales de nuestra investigación y también hemos determinado las perspectivas del estudio posterior del fenómeno de la eufemía.

CAPÍTULO 1. FUNCIONAMIENTO DE LOS EUFEMISMOS EN LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

1.1. El lenguaje de los medios de comunicación masiva como objeto de investigación

En los últimos veinte años la influencia de los medios de comunicación masiva sobre la sociedad moderna, la cultura y los símbolos usados para transmitir información ha aumentado considerablemente, en parte gracias al desarrollo de nuevas tecnologías y a la facilidad para acceder a la información. Según las personas que estudian el fenómeno de la comunicación en la sociedad actual, los medios de comunicación masiva han tomado el lugar hegemónico que normalmente ocupaban otras instituciones sociales, como la familia, la escuela, la iglesia, el partido político, etc.

Es por esta razón que el estudio del lenguaje usado por los medios de comunicación masiva nos permite realizar un análisis de los elementos que componen el mensaje, para así entender más a fondo la información. La posibilidad de decodificar el lenguaje de los medios de comunicación masiva nos permite comprender las motivaciones del mensaje y en muchos casos la información que se esconde detrás de un enunciado informativo.

Con respecto a esto es importante añadir que los medios de comunicación masiva hacen uso no sólo de la lengua hablada o escrita, sino que también usan el componente icónico, es decir la imagen, como instrumento fundamental para el proceso comunicativo. En general los medios de comunicación masiva están evolucionando de tal manera que el uso combinado de imágenes y textos orales y escritos es cada vez más común, además de tener una gran carga significativa. Según K. V. Yakushkina en el lenguaje de la prensa los eufemismos se emplean como “un modo condicional y obligatorio de hablar”, a diferencia del lenguaje hablado, donde el uso de los eufemismos no es obligatorio; es por esto que la prensa es la principal fuente de eufemismos, cuyo objetivo principal es servir a las tareas pragmáticas de la prensa [Iakushkina, 2009, p. 34]. Vale la pena añadir, teniendo en cuenta que nuestro trabajo se basa en los eufemismos, que en muchos

casos un texto de carácter eufemístico puede verse acompañado de una imagen no-eufemística, ya sea para reforzar la idea mencionada, o bien para generar un efecto cómico: Por ejemplo: En la siguiente noticia el titular usa el eufemismo “trabajadora sexual” para referirse a una prostituta, mientras que la foto que acompaña a la noticia es bastante reveladora:

“Trabajadora sexual una de las más votadas al congreso peruano” (Noticia al día, abril, 12, 2016).

Para entender más a fondo el fenómeno del lenguaje en los medios de comunicación masiva es necesario recorrer brevemente la historia de los mismos.

Aunque la prensa escrita aparece ya en la República Romana, donde se publicaban las así llamadas ‘Actas Diurnas’, es sólo hasta el siglo XV, con la llegada de la imprenta que la difusión de la prensa escrita se hace posible. Sin embargo no es sino hasta el siglo XVIII que la prensa se comienza a desarrollar tal y como la conocemos hoy en día. Esto gracias a la revolución industrial. A fines del XIX, el cine da sus primeros pasos, y el éxito de este invento fue inmediato, no solo en Francia, sino también en toda Europa y América del Norte. Aunque no podemos considerar al cine como un medio de comunicación masiva, sí que lo podemos considerar precursor de la televisión y por supuesto de la videodifusión tan actual hoy en día en plataformas como ‘youtube’ y ‘vimeo’. En el siglo XX, aparecen la radio y televisión, y cada uno de estos medios de comunicación se populariza con mayor velocidad que su predecesor. A medida que aparece un nuevo medio de comunicación y extiende su predominio, los ya existentes pierden público o bien se adaptan a funciones más específicas; sucedió con la televisión, que remplazo a la radio como ‘centro’ del hogar, sin desaparecer totalmente, y con la Internet que está tomando el lugar de la televisión como fuente de información. De una u otra manera todos estos medios de comunicación masiva constituyen parte fundamental de la sociedad contemporánea, relacionándose, afectando y modificando las actividades sociales, culturales, políticas y económicas de la población. Igualmente, en lo que respecta a su influencia, los medios de

comunicación masiva “compiten” con las formas tradicionales de autoridad y control social.

Entre las muchas definiciones de qué es un medios de comunicación masiva podemos citar la siguiente:

“Los medios de comunicación masiva comprenden las instituciones y técnicas mediante las cuales grupos especializados emplean recursos tecnológicos (prensa, radio, cine, televisión, etc.) para difundir contenidos simbólicos en el seno de un público numeroso, heterogéneo y disperso” [McQuail, Denis, 1997, p. 14.]

De esta definición podemos entender que los medios de comunicación masiva hacen uso de organizaciones formales complejas (lo que los diferencia de la comunicación informal, no estructurada e interpersonal), que le ayudan a alcanzar a un gran número de lectores, oyentes o espectadores, todos ellos muy diferentes y por lo tanto con una gran gama de intereses personales y con campos diversos de experiencia. A esto debemos añadir el carácter impersonal de la relación entre emisor y receptor.

Sin embargo el desarrollo de las nuevas tecnologías nos demuestra cada día que la situación explicada en el párrafo anterior está cambiando. Los *blogs* personales y otras plataformas como ‘Facebook’ y ‘youtube’ nos han demostrado que ya no es necesaria una “organización formal compleja” para alcanzar a un gran público. Además la relación entre emisor y receptor se ha hecho más personal, ya que estos servicios mencionados son mucho más personales que la radio o la televisión.

Más allá de lo anterior, es evidente que la inserción de los medios de comunicación masiva en la vida actual, tiene implicaciones significativas sobre importantes ámbitos de la vida social.

Los periódicos y las revistas son el medio de comunicación masivo de más larga tradición, y a pesar de la aparición de nuevos medios de comunicación masiva, ha sabido resistir el ‘ataque tecnológico’ y adaptarse a las nuevas tecnologías y a las necesidades del lector actual. La prensa desde sus inicios ha usado un sistema semiótico que se ha elaborado, incrementado y afianzado con el

pasar del tiempo. No en vano la estilística señala al “estilo periodístico” como una forma autónoma e independiente de usar el idioma, que se diferencia del estilo informal, del estilo científico, etc. El lector que se enfrenta a un texto periodístico debe decodificar los contenidos presentados, y la eficacia de este proceso se verá reflejada en el entendimiento de la información.

Por otro lado, la televisión y la radio son medios de comunicación masiva muchos más diversos que la prensa, razón por la cual el estilo, el lenguaje y los recursos utilizados son muchos mayores. Sin embargo al igual que con la prensa, es importante recalcar que la comunicación en este caso es vertical y unidireccional.

Los medios de comunicación masiva modernos, la Internet obviamente, son aún más diversos que cualquier forma de comunicación masiva que haya existido antes. El estilo y lenguaje usados son únicos, pero lo más importante es que el proceso de comunicación ha cambiado. El rol pasivo que juega el lector de prensa o el espectador de la televisión, se ha convertido en un rol activo en la internet, gracias a la posibilidad de respuesta inmediata y el acceso a las mismas formas de comunicación que el emisor.

De esta manera, el estudio del lenguaje en los medios de comunicación masiva nos ayuda a entender la naturaleza del mensaje, pero también entender la interacción entre el emisor y el receptor. En el caso de los eufemismos, objeto de estudio de nuestra investigación, es interesante analizar de dónde surge el eufemismo, la razón que lo motiva, pero también la razón por la que ciertos referentes son convertidos en eufemismos, mientras que otros no.

De la misma forma que es importante el estudio de la lengua hablada o del lenguaje poético, la comprensión de los códigos específicos de los medios de comunicación masiva es fundamental en la lingüística y en muchas de sus especialidades. En la traducción, por ejemplo, el entendimiento de las diferencias entre los medios de comunicación masiva y el lenguaje que usan en dos contextos culturales y nacionales distintos ayudará al traductor a decodificar con éxito los

mensajes en el idioma fuente para recodificarlos con la misma calidad en el idioma meta, sin que esto signifique el uso de las mismas figuras retóricas o eufemismos.

1.2 La noción de la eufemía y los eufemismos.

En la actualidad entre los lingüistas no hay una concepción única acerca de qué es un eufemismo. Uno de los puntos de discusión está vinculado a la diversa comprensión de los términos «eufemía y eufemismos», pero en la mayoría de los casos los dos términos se usan sin diferencia alguna. Según M. M. Makovsky, se considera como la función principal de los eufemismos la posibilidad de estructurar la realidad [Makovsky, 2006, p. 25].

La eufemía es un fenómeno universal y según E. P. Senichkina se presenta como una categoría semántica de la lengua [Senichkina, 2006, p. 6].

Según A. M. Katsev, es posible distinguir tres aspectos de la eufemía: el psicológico, el social y el lingüístico.

El aspecto psicológico de la eufemía consiste en el atenuamiento de una noción, su sustitución por un concepto más neutral, y además en la neutralización de una emoción negativa, que sería causada si se usara directamente la palabra que designa al objeto. Por aspecto social se entiende todo el conjunto de motivos religiosos, sociales o políticos, que son la base de los eufemismos y cuya influencia causa que los nombres directos produzcan una valoración negativa y se vuelvan prohibidos. El aspecto lingüístico, a su vez, determina las condiciones y el carácter del uso de los eufemismos.

En el diccionario de la Real Academia Española podemos encontrar la siguiente definición del eufemismo: «Manifestación suave o decorosa de ideas cuya recta y franca expresión sería dura o malsonante» [RAE]. Además, tenemos que notar que el fenómeno de la eufemización muy a menudo se asocia con las esferas del tabú: distintos sistemas de prohibiciones religiosas que aparecieron ya en las primeras fases de la existencia de la sociedad humana [Frezer, 1980, p. 30].

A juicio de R. A. Budagov, el fenómeno del tabú refleja una etapa determinada del desarrollo del pensamiento en una sociedad y también nos muestra como un fenómeno dado ocurre, dejando su huella en el idioma y al mismo tiempo es de sumo interés, puesto que con su ayuda podemos comprender el origen de palabras particulares y la forma en que unas palabras sustituyen a otras [Budagov, 2003, p. 15].

Por lo tanto, entre los pueblos primitivos el fenómeno del tabú surgía con base en su propia mitología, causando así el enriquecimiento continuo de su vocabulario, gracias a la aparición de nuevos nombres para llamar a los fenómenos que ya existían. Los temas principales del fenómeno del tabú eran:

- la muerte: esp. *pelona*, *dientona*, *llorona* en vez de *muerte*, ruso *летальный исход* en vez de *смерть*;
- los nombres de las enfermedades: esp. *tumor* en vez de *cáncer*; ruso *новообразование* en vez de *рак*;
- los nombres de los dioses y los espíritus: esp. *Creador* en vez de *Dios*, ruso *Создатель* en vez de *Бог*;
- los nombres de los animales que eran cazados (en ruso *медведь* – que come miel).

El fenómeno de los tabúes se puede explicar de la siguiente manera: antiguamente los hombres creían que entre el nombre del objeto y el objeto mismo había un enlace estrecho y orgánico [Miloenko, 2009, p. 13]. Según N. A. Evseeva, «para la conciencia primitiva, la palabra podía ser idéntica al fenómeno al que designaba. La relación entre la palabra y el significado se comprendía no como una unión libre y abstracta, sino como una unidad esencial y concreta» [Evseeva, 2000, p. 44].

En épocas posteriores han aparecido nuevas razones que explican el uso de los eufemismos, aunque los tabúes religiosos se han conservado igualmente, pero la esfera de aplicación de los eufemismos se ha extendido visiblemente. El concepto "tabú" empezó a ser comprendido mucho más ampliamente que antes. La gente empezó a percibirlo como una prohibición verbal en su totalidad, además

dejó de depender del grado de desarrollo de una sociedad o de su nivel cultural. Así es posible decir que el concepto "tabú" se separa completamente de su origen etnográfico y empieza a actuar como sinónimo de la palabra "prohibición".

En la lengua moderna, por ejemplo, es tradicionalmente aceptado evitar la mención de los nombres de los desechos fisiológicos del ser humano y los órganos vinculados con ellos. También existe una prohibición con respecto al uso de palabras obscenas. Según J.J. Varbot, el principal objetivo del tabú es excluir del uso no la noción (que sigue siendo igual de necesaria para la sociedad), sino la palabra-denominador [Varbot, 1979, p. 20].

Según afirma M. M. Makovsky, el fenómeno del tabú ha influido mucho tanto al desarrollo de la cultura humana, como al surgimiento de la misma, puesto que en este fenómeno se ve reflejada la dialéctica del pensamiento humano, aquella que permite a una persona reconocer los contrastes y contradicciones del mundo que lo rodea [Makovsky, 2006, p. 26].

También hay que notar que los eufemismos muy a menudo se contraponen a los disfemismos, es decir a la «sustitución de una palabra emocional y estilísticamente neutral por una palabra más ruda, despreciativa.» [ЛЭС, 2002, p. 590]. Estos dos procesos, eufemización y disfemización, son estudiados por la sociolingüística y la lexicología

E. I. Sheygal considera que el cambio de una palabra por un eufemismo es la manifestación «de la función mágica de la lengua». El uso del eufemismo está motivado por el hecho de que el cambio del nombre puede darle nuevas propiedades a lo nombrado. También podemos examinar la eufemización como una forma de eliminar un hecho desagradable, cambiando el modo en que es constatado verbalmente. «Y como resultado de la redesignación eufemística, el hablante intenta superar cierta incomodidad ética que surge a partir de una disonancia con el sistema de valores aceptado por la sociedad» [Sheygal, 2000, p. 209]. Las palabras que designan a fenómenos sobre los cuales es embarazoso, incorrecto o vergonzoso hablar directamente, porque se han alejado de los valores

aceptados por la sociedad, son los que tradicionalmente se ven remplazados por palabras o construcciones eufemísticas.

Según L.V. Rodchenko, un eufemismo «es cualquier instrumento lingüístico, que contribuye al subentendimiento del valor negativo del componente semántico de un enunciado» [Rodchenko, 2000, p.4].

L. P. Krysin comprende el eufemismo como un modo indirecto, perifrástico y atenuado de designar un objeto, una propiedad o acción, siendo a su vez correlativo con otras figuras del idioma [Krysin, 2004, p. 267].

Al mismo tiempo, algunos científicos examinan el fenómeno de la eufemización de una manera más amplia. Así, el eufemismo es una substitución de lo indeseable, inaceptable por algo neutral o incluso positivo. Pero, tenemos que notar que en esta forma de entender el eufemismo no se incluye el fenómeno del tabú.

También, se pueden estudiar los eufemismos como una secuencia sinonímica, aceptando como sinónimo al eufemismo que aparece como nombre neutral para designar una palabra que tiene un carácter despectivo o insultante.

Y. S. Baskova ofrece la siguiente clasificación de la definición de los eufemismos:

- con base en la funcionalidad del fenómeno, lo que nos permite ver cómo se da el eufemismo;
- con base en la creación del efecto eufemístico, lo que nos explica cómo funciona el eufemismo;
- con base en el objetivo para el que se usa el eufemismo, lo que explica con qué finalidad se ha hecho la substitución [Baskova, 2006, p. 10].

1.3 Enfoques existentes sobre la clasificación de los eufemismos

Los estudios modernos sobre los eufemismos son de un carácter bastante complejo. Uno de los rasgos principales de las unidades eufemísticas es que los

eufemismos se usan para referirse a fenómenos del mundo circundante por medio de instrumentos léxicos muy distintos.

Para la creación de una clasificación es necesario, en primer lugar, determinar los parámetros, según los cuales los objetos eufemísticos pueden ser agrupados. Por desgracia, no existe en la actualidad una única clasificación de los eufemismos, puesto que las tipologías toman en consideración sólo algunos aspectos de la eufemía. Por lo tanto ninguna de las clasificaciones refleja el complejo carácter del fenómeno eufemístico. De esta forma las clasificaciones tipológicas tradicionales se convirtieron en las más populares, ya que todos los investigadores de eufemismos las realizaban.

Un ejemplo de clasificación de los eufemismos según el área de uso es la clasificación de B.A. Larin:

— La lengua nacional literaria (en este grupo entran los eufemismos de uso común y general);

— El discurso coloquial (este grupo se refiere a los eufemismos de uso familiar y coloquial);

— El discurso profesional (los eufemismos profesionales);

— El discurso clasista (los eufemismos pertenecientes a distintas clases sociales) [Larin, 1961, c. 25].

Según B. A. Larin, los eufemismos de uso común y general son los más usados en la lengua.

También es posible analizar la clasificación hecha según el motivo que ha generado el eufemismo, propuesta por A. S. Kurkiev. Según su clasificación los motivos pueden tener el siguiente origen:

— Las supersticiones;

— El sentimiento de miedo y descontento;

— La compasión y lástima;

— La cortesía [Kurkiev, 1977, c. 10].

Además el científico afirma que los eufemismos más usados en la lengua son los que surgen por razones de la cortesía, compasión y lástima.

Vale la pena resaltar que un grupo de teóricos divide a todos los eufemismos en dos grupos: religiosos y de tradición. Como ejemplo podemos estudiar la clasificación de M.R. Tsareva y O.I. Reunova:

— Los eufemismos religiosos (la sustitución de concepciones religiosas y también de diferentes denominaciones de la muerte);

— Los eufemismos de tradición (la sustitución de nombres que no son aceptados por la sociedad a causa de normas éticas y morales);

— Los eufemismos políticos (los que ocultan el estado actual de las cosas, la tergiversación);

— Los eufemismos clasistas (la diferenciación del lenguaje de dos grupos: el lenguaje de las personas nobles y el lenguaje del pueblo) [Reunova, Tsareva, 2000, p. 30].

Es interesante resaltar que los autores destacan el grupo de los «eufemismos políticos», pero indican que en este caso pierden su función principal.

Además de los eufemismos religiosos, de tradición y políticos, los autores también distinguen los eufemismos clasistas, que en esencia se basan en el deseo de cambiar la realidad a propósito [Miloenko, 2009, p. 52].

Hay una clasificación de los eufemismos más detallada, propuesta por A. M. Katsev, en la que el estudioso destaca 10 clases distintas de este fenómeno:

— Los eufemismos que designan fuerzas sobrenaturales;

— Los eufemismos que designan conceptos relacionados con la muerte, la enfermedad y las acciones, cualidades u objetos, que están vinculados a estos conceptos;

— Los eufemismos que designan defectos físicos e intelectuales;

— Los eufemismos que designan vicios de las personas;

— Los eufemismos que designan crímenes y sus consecuencias;

— Los eufemismos que designan la pobreza;

— Los eufemismos que se refieren a la esfera de las relaciones sexuales;

— Los eufemismos que designan algunas partes del cuerpo;

— Los eufemismos que designan algunas prendas de vestir;

— Los eufemismos que designan algunas funciones fisiológicas [Katsev, 1998, c. 8].

El autor afirma que la clase de los “eufemismos que designan conceptos relacionados con la muerte, la enfermedad y las acciones, cualidades u objetos, que están vinculados a estos conceptos” es la más activa, apareciendo nuevos eufemismos constantemente. Entre los eufemismos “que designan crímenes y sus consecuencias” muy a menudo nos encontramos con eufemismos que sustituyen conceptos que designan la discapacidad intelectual y en menos ocasiones, discapacidades físicas. Más difundidos entre los “eufemismos que designan la pobreza” son los eufemismos que denotan nociones como "el alcoholismo", "el alcohólico", y es posible también encontrar eufemismos de los conceptos relacionados con la idea de "mentir". A pesar de que la tipología dada es bastante extensa, se distingue de otros sólo por una descripción más extensa de cada uno de los casos especiales de eufemismos.

La clasificación propuesta por H. Rouson es muy interesante. El autor toma como criterio el concepto de evaluación y divide a todos los eufemismos en dos grupos, los que tienen una connotación positiva y los que tienen una connotación negativa:

— Los eufemismos de connotación positiva exageran e hiperbolizan las palabras, que a causa de la sustitución eufemística parecen más grandes e importantes de lo que realmente son;

— Los eufemismos de connotación negativa, por el contrario, se utilizan para reducir el poder de la palabra sustituida; un ejemplo es la sustitución de los nombres de ciertos animales para “reducir” su poder. [Rawson 2002, c. 6]. En ruso, por ejemplo, el oso es llamado ‘medved’, el que come miel, y se supone que este nombre surgió originalmente como un eufemismo)

Por lo tanto, los eufemismos de connotación positiva cumplen una función estilística, y erradican de la lengua todo lo que no le gusta a la gente. Los eufemismos de connotación negativa subestiman y disminuyen el valor de la palabra sustituida. Según Miloenko, a veces los eufemismos son usados de tal

manera que las connotaciones positivas y negativas se mezclan. [Miloenko de 2009, c. 25].

H. Rawson ofrece además una clasificación de los eufemismos, con base en la naturaleza de su uso:

— Inconscientes (los eufemismos en el habla ya no cumplen la función de ocultar o esconder el significado, puesto que han aparecido hace mucho tiempo, y el hablante no es consciente de su valor eufemístico. En muchos casos es difícil o imposible establecer la causa originaria de la sustitución);

— Conscientes (como su nombre lo dice el hablante es consciente del uso del eufemismo y lo realiza con una doble intención: ser respetuoso con el receptor de su mensaje y evitar el uso de términos desagradables) [Rouson, 2002, p. 10].

Además de los eufemismos comunes, también se pueden distinguir en el lenguaje los eufemismos ocasionales, individuales y contextuales. La función de esta clase de eufemismos en el lenguaje cotidiano es atenuar el uso de una palabra que en una situación concreta es inaceptable.

Según E. P. Senichkina, los eufemismos ocasionales con el tiempo pueden dejar de serlo, y entrar a formar parte del sistema idiomático, pero al mismo tiempo pueden perder su potencial eufemístico. Un ejemplo es la palabra ‘goluboi’ (azul claro, en español) que en ruso se usa con el significado de ‘homosexual’.

Junto con los eufemismos ocasionales se pueden distinguir los siguientes tipos de eufemismos:

— Los eufemismos idiomáticos, que se han arraigado en el idioma y son comprendidos como eufemísticos por sus hablantes nativos;

— Los eufemismos de origen, cuyo potencial es incomprendido por los hablantes, ya sea por razones culturales o temporales;

— Los eufemismos históricos y disfemismos [Potapov, 2002, c. 21].

En el proceso de eufemización la palabra que sustituye a otra, está mejorando al mismo tiempo la palabra anterior.

Se debe recordar que las razones para la aparición de los eufemismos tienen relación directa no sólo con la forma de entender el mundo y con la cosmovisión lingüística, sino también con la experiencia personal del hablante.

1.4. El uso de los eufemismos en los medios de comunicación masiva

Entre los factores pragmáticos que explican el uso y el funcionamiento de los eufemismos en los medios de comunicación masiva, específicamente en la prensa, los más significativos están relacionados con la necesidad de:

- Expresar un juicio indirecto, “tapado”;
- Manifestar respeto lingüístico;
- Designar de forma éticamente correcta los detonantes, relacionados con temas tabú.

Para poder explicar los factores pragmáticos condicionan la especificidad del funcionamiento de los eufemismos en la prensa, es indispensable tomar en consideración la tendencia en el desarrollo del estilo usado por los medios de comunicación masiva. La evolución del lenguaje usado por la prensa moderna, según la mayoría de investigadores, demuestra que ese lenguaje depende en gran parte de factores extralingüísticos, entre los cuales podemos resaltar los siguientes:

- El aumento del número de participantes de la comunicación masiva;
- El crecimiento de la espontaneidad y de la comunicación informal;
- El incremento de la importancia del sujeto (de su personalidad) en el habla pública.

Con respecto a este tema los investigadores escriben acerca de la formación de una nueva norma estilística de los medios de comunicación masiva, que está causada por la transformación del proceso de comunicación [Kostomarov,1999; Zemskaya, 1996; Kakorina, 2003; Smetanina, 2002 u otros].

Los investigadores modernos que analizan el lenguaje usado por la prensa basan sus estudios en la idea de la singularidad funcional del estilo que usa la prensa [Arnold, 1990; Vasilieva, 1982; Kostomarov, 1971; Maidanova, 1987;

Solganik, 1981 u otros]. Como señala I. V. Arnold, “la especificidad del lenguaje como fenómeno social y en general la especificidad de la comunicación masiva nos conduce objetivamente a la necesidad de reconocer la existencia de un estilo único usado por la prensa, que además es uno de los estilos fundamentales del lenguaje” [Arnold, 1990, p. 265].

G.O. Vinokur fue el primer investigador que propuso la idea de diferenciar el lenguaje usado por la prensa de otras formas del lenguaje escrito. Vinokur prestó especial atención al aspecto informativo del lenguaje de la prensa, resaltando la tendencia del mismo de usar elementos estandarizados: clichés, lugares comunes, frases hechas, etc. [Vinokur, 2006, p. 61).

Por su parte B.G. Kostomarov, desarrollando la teoría propuesta por Vinokur, propuso un “modelo de lenguaje de la prensa”, que es descrito como “la relación necesaria, vertical y constante de segmentos de la cadena del habla estandarizados y expresivos, además de su alternación y su contraste. El carácter de esta relación entre segmentos del habla una vez materializados depende en cada caso concreto de las particularidades de la realidad que intenta modelar la prensa” [Kostomarov, 1971, p. 57].

Los estándares se caracterizan, según explica Kostomarov, por su reproductibilidad, además por tener una semántica uniforme, pero sobre todo por ser de un tono neutral [Kostomarov, 1971, p. 180). Según I.V. Arnold, entre los estándares usados en el lenguaje de la prensa podemos incluir “los numerales, y en general muchas palabras relacionadas con el área de los números, así como un gran porcentaje de palabras abstractas, a pesar de que la prensa maneja información concreta [Arnold, 1990, p. 266].

La tendencia hacia la expresividad que caracteriza al lenguaje de los medios de comunicación masiva es entendida por los investigadores como la búsqueda de una actualización de los estándares, con la idea de ‘destruir’ el automatismo tan común en la prensa del siglo XX y, en parte, en los lectores de esa prensa. Por esta razón cada vez más encontramos en los textos periodísticos el uso de expresemas: unidades estilísticamente marcadas (a diferencia de los semas neutrales), que

gracias a su uso constante pueden convertirse en los así llamados ‘lugares comunes’. Según V.G. Kostomarov, la expresividad se consigue por medio del uso de nuevas combinaciones de palabras, el préstamo de palabras extranjeras, el uso de unidades estilísticamente marcadas, la presencia de neologismos y de ocasionalismos, y también gracias al uso de distintos tropos, así como de elementos del habla coloquial [Kostomarov, 1971, p. 121].

Investigando el léxico de la prensa G.Y. Solganik señaló la expresividad como uno de las características que diferencian el estilo del lenguaje de la prensa de otros estilos, gracias a su carácter valorativo. De acuerdo con el científico, esa valoración es el elemento dominante en el estilo de la prensa: “con respecto a la categoría de lo emocional, de lo expresivo y del valor estilístico de una palabra, es necesario decir que en el estilo de la prensa es oportuno analizarlos como un concepto específico en relación con otro más general: el de la valoración” [Solganik, 1981, p. 9]. La información valorativa cumple la función de influenciar y puede ser equiparada en ese sentido con la información pragmática.

Otra de las características que nos permiten hablar de la existencia de un estilo de la prensa, según G.Y. Solganik, es la significación comunicativa del mismo. «La particularidad del receptor en el habla de la prensa, su carácter valorativo social, condicionan uno de los rasgos importantes del estilo de la prensa: su significación comunicativa, su carácter asequible. En la teoría de los medios de comunicación masiva y de la propaganda se habla de que uno de las cualidades del proceso de difundir información es ‘el carácter público’ de la misma. Uno de los rasgos de ese ‘carácter público’ es que el contenido difundido durante la comunicación masiva está disponible a todos los miembros de la sociedad, sin restricciones de ningún tipo [Solganik, 1981, p. 12].

Con la llegada del siglo XX ha salido a relucir una cierta deconstrucción de los rasgos tradicionales del estilo de la prensa. Solganik afirma que luego de un largo dominio de la monotonía periodística, de los lugares comunes, de la unicidad, de la oficiosidad, la prensa moderna sorprende por su diversidad idiomática, estilística, ideológica y de contenido. La caída de la censura, de los tabús

ideológicos, de las rigurosas directrices estilísticas, ha resultado en la liberación del idioma usado por la prensa, que tradicionalmente estaba lleno de normas” [Solganik, 1981, p. 13].

En otro de sus trabajos el mismo investigador saca a relucir el intensivo desarrollo del estilo periodístico, cuyos géneros han cambiado radicalmente, además de que el espectro de los temas y la variedad de los estilos usados ha crecido considerablemente. Ha aumentado el carácter valorativo de la prensa, gracias al uso activo de unidades léxicas de distintos registros idiomáticos [Solganik, 1981, p. 39].

Existe un punto de vista según el cual, al inicio del siglo XXI, los cambios en el estilo de la prensa son tan grandes, que es necesario analizar la misma idea de la existencia de un “estilo periodístico”, ya que actualmente este término ha perdido su monosemantismo, usándose para explicar fenómenos muy diferentes dentro de la prensa. Así, según N.V. Muraviova, hablar de estilo periodístico ya no vale la pena, y sería mejor hablar del “estilo de los medios de comunicación masiva”, así como hablamos del “estilo de la literatura artística”.

Según A.P. Skovorodnikov se ha formado un nuevo estilo periodístico, en el cual “el balance de sus dos componentes, el estándar y la expresividad, se mueve claramente a favor de la expresividad” [Skovorodnikov, 2001, p.80]. La intensificación de la expresividad se ve reflejada en dos tendencias de expresión valorativa que se mueven hacia partes distintas: por un lado la tendencia de usar unidades lingüísticas de valoración muy marcadas (lenguaje vulgar, argot, léxico marcado emocionalmente), y por otro lado la tendencia una influencia directa por medio de la implicatura (una información que el emisor de un mensaje trata de hacer manifiesta a su interlocutor sin expresarla explícitamente).

Se ha renunciado a la valoración directa y se ha instalado un sistema de manipulación de masas escondido, que usa distintas implicaturas de valoración que no están manifestadas formalmente en el texto. Esta es otra de las características que diferencian al periodismo moderno, según varios especialistas [Vasiliev, 2003; Klushina, 2000; Skovorodnikov, 1997; Chistyakova, 2003 u otros].

Entre los instrumentos usados para expresar una valoración indirecta en general encontramos la metáfora y la ironía. “Las valoraciones implícitas en la prensa son sobre todo metáforas valorativas, usadas para ‘organizar’ la opinión popular, para crear en el destinatario esa imagen visible y brillante creada por el emisor, que afecta sugestivamente la forma de percibir la información desde cierto punto de vista” [Klushina, 2000, p. 97].

Teniendo en cuenta el estrechamiento del funcionamiento de la valoración en los textos periodísticos modernos, así como una disminución del nivel de expresividad, G.Y. Solganik considera que la ironía es el instrumento ‘salvador’ para la valoración indirecta [Solganik, 1996, p. 16]. La ironía según T.S. Dronyaeva “de alguna forma legitima la dualidad, el paralelismo de los sentidos, y por ende la percepción de la información en dos niveles diferentes” [Dronyaeva, 2000, p. 199].

Los eufemismos son de la misma forma otro medio de expresar la valoración indirecta en los medios de comunicación: “en el habla pública, en la televisión por ejemplo, el uso de eufemismos y disfemismos es una de las formas de presentar la información relacionadas con la expresión valorativa” [Khlinova, 1998, p. 189]. En este sentido la eufemización en el discurso periodístico debe ser analizada como un medio para influenciar al destinatario (como regla general, como parte de una serie de distintas estrategias idiomáticas) con el fin de que el destinatario se decida por elegir el punto de vista, que desea el emisor.

Otro factor pragmático que permite el uso de eufemismos en la prensa moderna es la necesidad de ser ‘políticamente correcto’ e idiomáticamente respetuoso. En la época moderna uno de los componentes esenciales en la creación de un estilo idiomático en una publicación periódica es el cumplimiento de una serie de principios idiomáticos de tolerancia que se reflejan en el uso de palabras y expresiones políticamente correctas. Vale la pena destacar que la misma aparición en el idioma de designaciones políticamente correctas ha sido posible gracias a la actividad desarrollada por los medios de comunicación masiva que son los generadores de cambios activos en el idioma, ya que afianza en el día a día

idiomático el uso de nuevas variantes de las palabras y de nuevos significados. Sin duda el uso de expresiones políticamente correctas es una forma de valoración ideológica, que da forma a la valoración social con respecto a ciertas normas de interacción.

Otro de los factores pragmáticos en el uso de los eufemismos en el idioma de los medios de comunicación masiva es la necesidad de designar de una manera éticamente aceptable ciertos ‘objetos’, especialmente aquellos relacionados con temáticas tabú. Este factor ha cobrado gran desde los años noventa, especialmente en Rusia. En comparación con la realidad soviética, el espectro de temas tratados en las publicaciones periódicas cambió. Se hizo posible hablar en los medios de comunicación masivos no sólo de los temas actuales y de interés político y social, sino también de la vida personal, de materias domésticas. Hoy en día nadie se sorprende al ver la vida personal o íntima de una persona famosa contada en una revista, o ver especiales sobre la reproducción sexual, los conflictos en familia, etc. Influenciados por este factor nace la necesidad del uso de expresiones éticamente correctas, lo que condiciona el uso de los eufemismos, especialmente aquellos relacionados con campos léxicos como el sexo, los órganos reproductivos femeninos y masculinos, la muerte, la enfermedad, etc.

Conclusiones del primer capítulo

Así, en los últimos veinte años la influencia de los medios de comunicación masiva sobre la sociedad moderna, la cultura y los símbolos usados para transmitir información ha aumentado considerablemente, en parte gracias al desarrollo de nuevas tecnologías y a la facilidad para acceder a la información. Según las personas que estudian el fenómeno de la comunicación en la sociedad actual, los medios de comunicación masiva han tomado el lugar hegemónico que normalmente ocupaban otras instituciones sociales, como la familia, la escuela, la iglesia, el partido político, etc.

Con respecto a esto es importante añadir que los medios de comunicación masiva hacen uso no sólo de la lengua hablada o escrita, sino que también usan

como instrumento fundamental para el proceso comunicativo. En general los medios de comunicación masiva están evolucionando de tal manera que el uso combinado de imágenes y textos orales y escritos es cada vez más común, además de tener una gran carga significativa.

Lo que está relacionado con el fenómeno de la eufemía podemos decir que en la actualidad entre los lingüistas no hay una concepción única acerca de qué es un eufemismo. Uno de los puntos de discusión está vinculado a la diversa comprensión de los términos «eufemía y eufemismos», pero en la mayoría de los casos los dos términos se usan sin diferencia alguna. Según M. M. Makovsky, se considera como la función principal de los eufemismos la posibilidad de estructurar la realidad. Además, tenemos que notar que el fenómeno de la eufemización muy a menudo se asocia con las esferas del tabú: distintos sistemas de prohibiciones religiosas que aparecieron ya en las primeras fases de la existencia de la sociedad humana.

Para la creación de una clasificación es necesario, en primer lugar, determinar los parámetros, según los cuales los objetos eufemísticos pueden ser agrupados. Por desgracia, no existe en la actualidad una única clasificación de los eufemismos, puesto que las tipologías toman en consideración sólo algunos aspectos de la eufemía. Por lo tanto ninguna de las clasificaciones refleja el complejo carácter del fenómeno eufemístico.

Para poder explicar los factores pragmáticos que condicionan la especificidad del funcionamiento de los eufemismos en la prensa, es indispensable tomar en consideración la tendencia en el desarrollo del estilo usado por los medios de comunicación masiva. La evolución del lenguaje usado por la prensa moderna, según la mayoría de investigadores, demuestra que ese lenguaje depende en gran parte de factores extralingüísticos.

Investigando el léxico de la prensa Solganik señaló la expresividad como una de las características que diferencian el estilo del lenguaje de la prensa de otros estilos, gracias a su carácter valorativo.

CAPÍTULO 2. ASPECTOS DEL USO DE LOS EUFEMISMOS EN LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN DE RUSIA Y ESPAÑA

2.1. El fenómeno de la eufemía en el contexto de las peculiaridades nacionales y culturales

El uso de unidades eufemísticas en la lengua tiene una doble explicación: por un lado, cada persona determina sus propios límites en el uso de las palabras, que es en realidad una forma de expresar sus propias creencias y supersticiones, vinculados con el uso de conceptos que designan las enfermedades, la muerte, o al contrario están vinculados con el miedo de alejar ciertas ideas o conceptos a causa de la mención directa. En el español la eufemización y la disfemización están relacionadas con aspectos como "la muerte", "la vejez", "las enfermedades" y "el dinero" [Fedosova, 2012, p. 7].

Por otro lado, el uso de los eufemismos en los medios de comunicación masiva es una exigencia de la misma sociedad, que lo hace a través de un sistema de valores, aceptado por ella misma y vinculado directamente al funcionamiento del lenguaje de sus miembros. En primer lugar, lo anterior se relaciona con la fisiología humana, especialmente la fisiología femenina. Así, por ejemplo, en el lenguaje español tradicionalmente se evita el uso de la designación directa: esp. *'preñada'* en vez de eso se emplean los eufemismos: *encinta, en estado, gruesa*; en ruso *в интересном положении* en vez de *беременная*.

Se puede afirmar que el fenómeno de la eufemía puede ser considerado un universal lingüístico, que forma parte importante del proceso de comunicación y sirve como uno de los medios principales para llevar a cabo una comunicación exitosa y sin conflictos. Además es interesante que los eufemismos surgen ya en estados tempranos de la lengua.

Por lo tanto, es necesario distinguir los antiguos "cambios de nociones por prohibición" (término de B. A. Larin) de sus 'parientes' modernos, que han recibido el nombre de 'eufemismos'.

Bajo la influencia del 'enfoque de sustitución' al concepto de "eufemismo" se ha entendido de manera muy específica, siendo así que se define al eufemismo

como una palabra que se usa en vez de otra inaceptable por distintas razones. En las últimas décadas los lingüistas han intentado alejarse del ‘enfoque de sustitución’ y de este modo ha surgido otra manera de interpretar los eufemismos, limitando la eufemía al área de los tropos (teniendo como base el criterio de designación indirecta) [Rodchenko, 2000, p. 5].

Como principal criterio lingüístico del eufemismo tenemos a la valoración negativa del contenido del enunciado, y en este contexto la característica común de todos los medios utilizados para la eufemización es la capacidad de convertir esa valoración negativa en “implícita” por medio de la debilitación de la valoración negativa.

Además de las prohibiciones del lenguaje, que reflejan a las particularidades nacionales y culturales, también juegan un papel importante los tabúes personales, que son determinados exclusivamente por la experiencia personal del hablante y por sus características individuales. Es posible decir que cualquier experiencia del hablante asociada con emociones negativas, puede potencialmente causar la eufemización de unidades del idioma relacionadas con esa experiencia.

Dos categorías del idioma afectan al proceso de la eufemización del concepto: la verdad y la apreciación. La verdad es uno de los conceptos básicos que regulan las relaciones humanas con otras personas y con la realidad que lo rodea [Arutyunova, 1999, p. 20]. Debemos resaltar que el mayor grado de eufemización lo presentan aquellos conceptos asociados con la forma en que el hombre se comprende a sí mismo, su propia naturaleza física y psicológica, su lugar en la sociedad [Fedosova, 2012, c. 6].

Podemos afirmar que una de las características principales de los eufemismos es su diversidad y la manera dinámica en que aparecen (y desaparecen) del idioma. La función atenuante de los eufemismos puede ser en algunos casos la función básica del eufemismo, mientras que en otros puede jugar un papel auxiliar, por ejemplo, en los eufemismos que han aparecido como resultado de la ironía [Rodchenko, 2000, p. 5].

Para comprender la naturaleza psicológica de los eufemismos es necesario estudiar la noción de la comunicación. En primer lugar, una comunicación exitosa se basa en el comportamiento apropiado de los hablantes, su conocimiento de las reglas comunes de etiqueta, la capacidad de identificación, la auto-reflexión, así como el efecto que tienen sus características mentales individuales y su nivel de inteligencia social. Vale la pena recordar que el criterio principal de la etiqueta es la cortesía que requiere del hablante evitando el uso de las palabras, que pueden producir emociones negativas en el interlocutor.

Se puede examinar el problema de la diversidad de los eufemismos de acuerdo con los siguientes factores: temporal, social, psicológico, territorial, nacional y cultural, y de estratificación; podemos decir que el factor principal es el factor social, puesto que en la evolución de los eufemismos se refleja la evolución de la moral humana.

Los factores temporales, sociales y psicológicos trabajan conjuntamente en la lengua lo que produce el aumento del número de los eufemismos en el habla. Aunque las culturas europeas son semejantes por su naturaleza, tienen multitud de diferencias, que surgen a la hora de examinar la cosmovisión nacional y cultural de cada pueblo. Esto se manifiesta tanto en los temas que son prohibidos, como en la necesidad de prohibirlos. Puesto que en el español existen algunas variaciones regionales, esto causa que se formen diferentes clases de tabúes y de medios eufemísticos en cada variante regional.

El elemento fundamental que cumplen los medios de la eufemía en el lenguaje es la conversión de la valoración negativa de un enunciado en “implícita”, neutralizando así las emociones negativas vinculadas con el enunciado [Rodchenko, 2000, p. 10].

Rodchenko opina que los eufemismos que designan las mismas nociones, pueden ser vinculados entre sí, y organizados de acuerdo con su grado de ‘suavidad’ o al contrario ‘brusquedad’. El carácter específico nacional y cultural de los medios eufemísticos se refleja en sus temas, así como en su diversidad.

O.V. Fedosova considera que además de las tendencias paneuropeas, que influyen en el surgimiento de los eufemismos, también los rasgos nacionales y culturales de la mentalidad española juegan un papel muy importante. El carácter carnavalesco de la comunicación coloquial española, determina el carácter específico nacional y cultural de la eufemía en los medios de la comunicación de masas españoles [Fedosova, 2012, c. 5].

Aunque los eufemismos de carácter carnavalesco tienen un matiz inferior, son distintos de los disfemismos por su naturaleza. Como ejemplo de los disfemismos, que muy a menudo aparecen en el español moderno, puede servir el grupo de las nominaciones indirectas de la noción viejo/anciano: *achacoso, carraca; carroza; cascajo; trasto viejo; ruina; camafeo; fosil; retablo; carcamal/carca; momia* etc., en el que se refleja la relación negativa a las personas de edad avanzada y viejas.

Un lugar muy importante en el habla española lo ocupan las designaciones secundarias que tienen su origen en la relación asociativa con las imágenes gastronómicas. La difusión y la variedad de este tipo de metáfora en el lenguaje español es una cuestión natural, que puede ser explicada por los rasgos de la mentalidad colectiva española: la comida y los ritos relacionados con ella, son no sólo una parte esencial de la cultura española nacional, sino que también ocupan uno de los lugares más importantes en la escala de valores de la mentalidad española colectiva.

Al mismo tiempo las imágenes de la comida son un componente esencial del elemento carnavalesco. El origen mismo de los carnavales y de los festejos rituales está asociado con ciertos eventos importantes en el ciclo de vida y en el ciclo de trabajo de las personas. La celebración de los carnavales significaba primeramente la terminación de la cosecha, el cambio de las estaciones del año y luego, con la llegada del cristianismo, señaló el comienzo del ayuno. Las fiestas de carnaval tenían un sentido profundamente sagrado, que celebraba la vida del hombre y su presencia en este mundo.

Así, estos festejos siempre eran acompañados por grandiosos banquetes (la comida es el símbolo más primitivo y primario de la vida), así que las imágenes de

las fiestas siempre están vinculadas con el entendimiento carnavalesco del mundo [Fedosova, 2012, p. 4].

Influenciado por esa escala especial de valorar el mundo, que es inherente al entendimiento carnavalesco del mismo, se formó un grupo especial de palabras, que fueron prohibidas más adelante. Entre esos grupos encontramos los eufemismos relacionados con la fisiología del hombre y con el sexo.

De esta manera la característica principal de los eufemismos es su variabilidad y su dinamismo. Además de las tendencias eufemísticas comunes a toda Europa, también hay que tener en cuenta las particularidades nacionales y culturales de la mentalidad española, que influyen en la aparición de los eufemismos. En primer lugar tenemos el carnaval, y por consecuencia la imagen de la comida, como principal elemento de la esencia carnavalesca.

2.2. Los aspectos principales de los métodos de formación de los eufemismos en los medios de comunicación masiva

Los métodos de formación de los eufemismos han sido examinados en los trabajos de muchos investigadores de este fenómeno. Entre ellos podemos destacar los trabajos de Larin, 1961; Reformatsky, 2005; Vidlak, 1967; Varbot, 1979 y Krysin, 1994.

Podemos decir que V.P. Moskvín en su trabajo ofrece la clasificación más amplia de los métodos de formación de los eufemismos. El autor destaca 13 métodos principales y son los siguientes:

- 1) La nominación metonímica (esp. *daños colaterales* en vez de *víctimas civiles*, ruso *сопутствующие жертвы* en vez de *жертвы среди гражданского населения*);
- 2) La nominación metafórica (esp. *irse al otro mundo* en vez de *morir*, ruso *уйти в мир иной* en vez de *умереть*);
- 3) El uso de la sinécdoque (esp. *órganos del poder* en vez de *gobierno*, ruso *органы власти* en vez de *правительство*);

- 4) La sustitución paronímica (esp. *joroba* en vez de *joder*, ruso *поехал в Рыгу* en vez de *рызгать*);
- 5) El uso de las palabras, expresiones y términos literarios (esp. *entregar el alma* en vez de *morir*, ruso *испустить дух* en vez de *умереть*);
- 6) El uso de extranjerismos (esp. *doping* en vez de *consumo de drogas*, ruso *либерализация цен* en vez de *рост цен*);
- 7) La traslación “del género al tipo” (esp. *insecto* en vez de *cucaracha*, ruso *насекомое* en vez de *таракан*);
- 8) El uso de paráfrasis (esp. *faltar a la verdad* en vez de *mentir*, ruso *скрывать правду* en vez de *врать*);
- 9) La antonomasia (esp. *El Maligno* en vez de *diablo*, ruso *лукавый* en vez de *дьявол*);
- 10) La traslación “del tipo al tipo” (esp. *Cambiar el agua al canario* en vez de *orinar*, ruso *подышать воздухом* en vez de *помочиться*);
- 11) El uso de meiosis (esp. *bebido* en vez de *borracho*, ruso *выпивший* en vez de *пьяный*);
- 12) El uso de elipsis (esp. *untar la mano* en vez de *sobornar*, ruso *сунуть* en vez de *дать взятку*);
- 13) Pronominalización (esp. *hacer cositas* en vez de *tener sexo*, ruso *заниматься этим* en vez de *заниматься сексом*) [Moskvin, 1999, p. 89].

En nuestro trabajo hemos destacado los siguientes tipos de la formación de los eufemismos que según nuestra opinión son más usados en los medios de comunicación masivas:

— La transferencia metafórica (El uso de la transferencia metafórica es el método más productivo de formación de léxico eufemístico en los medios de comunicación masiva. La metáfora, creando la figura expresiva, embellece las partes desagradables o rudas del significado básico de la palabra. Gracias a la metáfora es posible crear una imagen tan remarcable que el significado principal se hace secundario). Por ejemplo:

*По прогнозу литовских экспертов, в нынешнем году доля рынка **теневой экономики** в стране увеличится на 5% и составит 22,7% ВВП (КП, 04.03.2009).*

El uso metafórico del adjetivo "*теневой*" actúa a menudo como el nombre eufemístico a las nociones "*criminal*", "*ilegal*".

*La Alta Comisionada de la ONU para los Derechos Humanos, Navi Pillay, ha denunciado este lunes la **"limpieza étnica y confesional"** que el Estado Islámico (EI) está llevando en Irak (El País, 25.08.2014).*

En este caso podemos decir que en esta oración el eufemismo *limpieza étnica* se usa en vez del genocidio.

*Если взять проект бюджета на будущий год, это почти 14 трлн. Получается, что одна четырнадцатая расходной части бюджета **ушла не туда**. Иначе говоря, это масштабное воровство... (АиФ, 25.09.2013)*

Aquí tenemos un ejemplo de la metáfora de personificación. Las propiedades de los objetos "vivos" se atribuyen al dinero lo que permite no mencionar directamente a las personas que tienen relación a las acciones ilegales, es decir quitar toda la responsabilidad personal de ellos.

— La transferencia metonímica (Este tipo de método de formación consiste en una transferencia de significado de una palabra a otra, siempre que estén relacionadas de alguna forma entre ellas, manteniendo así la relación).

*Сегодня в МСС поступило сообщение о вопиющем инциденте на 1-м Красногвардейском проезде. Перед въездом в экспоцентр в ряд выстроились **6 человек кавказской национальности** и стали требовать откат за парковку (КП, 24.10.2009).*

*La evidencia de **daños colaterales** indiscriminados en las guerras que ha librado o libra EEUU es abrumadora. Se ha eliminado a muchos miles de personas inocentes (El Mundo, 11.11.2015).*

En estos ejemplos podemos ver que los autores sustituyen las palabras de connotación negativa por otras con un sentido más suave.

— Los préstamos (La función eufemística de los préstamos es conocida desde hace mucho tiempo por los lingüistas y está vinculada al rasgo de la percepción de la forma interior de la palabra, o de la motivación del signo de lengua de la palabra prestada. En la mayoría de los casos el significado verdadero de la palabra prestada no es tan evidente y por ese motivo no hay ningún enlace negativo. Los eufemismos prestados aparecen en la lengua como resultado de los contactos lingüísticos y culturales con los representantes de otras naciones).

*Hofmann creó en 1983 una escuela cuando nadie apostaba por la hostelería, y fue la primera en invitar a grandes **chefs**, como Arzak o Alain Ducasse, para que enseñaran sus nuevas recetas y métodos a sus alumnos, además de formarles en idiomas y en gestión empresarial (El País, 03.05.2016).*

***Педикулёз** является одной из «страшилок» общества уже не одно десятилетие — многие уверены, что эта болезнь возникает от недостатка гигиены (АиФ, 21.01.2016).*

En este caso los autores sustituyen las palabras *cocinero* y *вши* con los eufemismos más cultos y elegantes *chef* y *педикулёз*.

— La perífrasis (Este método representa el proceso de la eufemización de las nociones por medio de la explicación de su significado).

*El Consejo de Ministros aprobará este viernes, a propuesta del ministro de Sanidad, Alfonso Alonso, un real decreto que da respuesta a una de las demandas históricas de los colectivos de **personas con discapacidad**: poder utilizar su tarjeta de estacionamiento especial con los mismos derechos en todo el territorio nacional, independientemente de si el titular aparca en la ciudad donde se le concedió esa tarjeta o en otra de cualquier punto de España. Alrededor de dos millones de personas tienen **movilidad reducida** y pueden solicitar este documento (El País, 11.12.2014).*

*Государственная программа «Доступная среда», вступившая в третий этап, должна устранить все барьеры между **людьми с ограничениями по здоровью** и **людьми здоровыми** (АиФ, 13.04.2016).*

Así podemos decir que los métodos dichos son los medios más usados de la formación de los eufemismos.

2.3. Las esferas tradicionales de la eufemización en los medios de comunicación masiva de Rusia

En el discurso de los medios masivos de comunicación los nombres de ciertos aspectos sociales y personales se ven sometidos al proceso de la eufemización. Los eufemismos relacionados con aspectos sociales se usan para sustituir los nombres indeseables de distintos acontecimientos, fenómenos y hechos sociales, económicos y políticos. En el ámbito de lo personal se ven sometidos a la eufemización los nombres indeseables vinculados a circunstancias de la vida privada, así como los nombres relacionados con las partes del cuerpo y elementos fisiológicos, así como procesos corporales. Por ejemplo: *экономически неподготовленный, малообеспеченный* en vez de *бедный*, esp. *económicamente desfavorecido* en vez de *pobre*.

Малообеспеченные семьи Москвы получают льготы и субсидии для оплаты капитального ремонта (АиФ, 14.05.2015).

*Как сообщает пресс-служба администрации Нижневартовска, 150 новогодних подарков для **нуждающихся** детей Крыма отправятся под Новый Год из Нижневартовска (КП, 28.12.2015).*

Los eufemismos relacionados con el ámbito social son mucho más numerosos. Es importante destacar que el uso de los eufemismos relacionados con aspectos sociales es un rasgo característico y muy importante en el discurso de los medios de comunicación masiva. En primer lugar, el carácter particular de los medios masivos de comunicación está determinado por la cobertura de la información y la discusión activa de diferentes acontecimientos actuales que están relacionados con toda la sociedad en general.

Por eso, es muy lógico que exista una predominancia cuantitativa de los eufemismos que están vinculados a los nombres de ciertos aspectos relacionados

con la vida pública, entre ellos fenómenos económicos y políticos, así como temas sociales. Por ejemplo: *специалист по клининговым услугам* en vez de *уборщик*, en esp. *experto en limpieza pública* en vez de *trabajador del servicio de limpieza*.

Такие результаты обусловлены высоким профессиональным уровнем специалистов клининговой компании, применением профессионального оборудования, специальным подбором средств и методов уборки, а также возможностью привлечь дополнительное количество специалистов для проведения генеральной уборки или выполнения специализированных уборочных работ, - отметила коммерческий директор «Импэкс-Клининг Нева» Светлана Шеремет (АиФ, 07.07.10).

En segundo lugar, una de las principales funciones de los medios de comunicación es establecer los valores espirituales de la sociedad en la que se encuentra y generar una influencia ideológica, política, económica y organizativa en la forma en que las personas valoran el mundo, en sus opiniones y en su comportamiento. De este modo, podemos decir que la comunicación en esta esfera consiste no sólo en el intercambio de la información real y las noticias, sino que además incluye los tipos más diversos de influencia idiomática [Troshina, 1990, p. 63].

En las últimas décadas han aparecido investigaciones dedicadas al problema de la influencia idiomática que examinan este fenómeno con base en el ejemplo de la “lengua totalitaria” o en relación con las intenciones de carácter manipulativo de los medios de comunicación [Vezhbitsky, 1993; Klushina, 2000; Leibovich, 1988; Miheev, 1991 etc.].

Probablemente es por esta razón que el término “influencia del discurso”, ha adquirido un matiz negativo y es asociado a conceptos tales como “la violencia de lengua”, “la agitación política”, “el lavado de cerebros”, “la guerra psicológica”, “la agresión informativa” etc. [Skovorodnikov, 1997; Vasiliev, 2003; Klushina, 2000 etc.]. La naturaleza de la influencia del habla consiste en usar ciertos instrumentos de la lengua, de tal manera que la cosmovisión y la forma de entender el mundo del destinatario se vean influenciadas por medio de la aparición de

nuevos conocimientos o bien a través de la transformación de los conocimientos ya existentes [Baranov, 1990, p. 41].

En este sentido el objetivo de cualquier forma de comunicación puede ser considerado como una influencia idiomática, ya que presupone una valoración por parte del hablante, la manifestación de una opinión. Además la elección de los instrumentos de la lengua y los modos usarlos y organizarlos están siempre condicionados por las intenciones del emisor del mensaje, ya sea un individuo o un colectivo, como en el caso de los medios de comunicación masiva [Bezmenova, 1990; Tarasov, 1990].

Los eufemismos que sustituyen a palabras de la esfera de las relaciones socio-políticas y económicas pueden adquirir potencialmente un carácter manipulativo. Mientras que la designación directa o la valoración expresiva de un elemento, un fenómeno o un hecho social o político pueden provocar una reacción negativa en los lectores, las designaciones eufemísticas, asociadas gracias a la eufemía con un detonante positivo, valoran ese mismo elemento, fenómenos o hecho de un modo indirecto. Además, el uso de eufemismos en un contexto neutral, que a primera vista sólo se presenta como una constatación de hechos, y no como un análisis de los acontecimientos, dificulta el proceso de distinguir al eufemismo en un segmento del habla. Por ejemplo: *неблагоприятная экономическая ситуация* en vez de *кризис*, esp. *la situación económicamente desfavorecida* en vez de *crisis*.

На фоне неблагоприятной экономической ситуации одни предприятия приостанавливают производство, другие сокращают персонал, третьи и вовсе закрываются (АиФ, 28.10.2014).

El análisis de las sustituciones eufemísticas en la prensa moderna rusa ha mostrado que el grado de uso de eufemismos en contextos relacionados con la política y la economía es considerablemente más alto en aquellos periódicos ‘de alta calidad’ que se posicionan como “suministradores” de información imparcial y objetiva.

En el ámbito de lo personal, la sustitución eufemística es aplicada a las palabras usadas para designar aspectos relacionados con la diferenciación personal, así como también las palabras relacionadas con los órganos y las actividades de la fisiología humana.

El uso de expresiones eufemísticas para evitar la designación directa de distintos aspectos que relacionados con la diferenciación personal (la edad, el estado material, el estado social y etc.), puede ser entendido como la manifestación de la tolerancia idiomática o el respeto idiomático (concepto propuesto por S. G. Terminasova en lugar del término “lo políticamente correcto”). El respeto idiomático se expresa “en el esfuerzo por encontrar nuevos modos de expresarse que sustituyan a aquellos que afectan los sentimientos y la dignidad del individuo, que restringen sus derechos humanos por la falta de respeto habitual de la lengua y una designación directa de las relaciones raciales y de género, así como la edad, el estado de salud, el estatus social, el aspecto exterior etc.” [Terminasova, 2000, p. 216]. Por ejemplo: *в преклонном возрасте* en vez de *старый*, esp. *gente de edad mayor* en vez de *viejos*.

Традиционными патологиями человека в преклонном возрасте считаются проблемы с повышением артериального давления, признаки стенокардии, воспаление сердца и т. д. (АиФ, 09.05.2016)

Среди них много бывших советских граждан преклонного возраста, для которых российская пенсия — существенная прибавка к небольшому пособию по старости, которое у многих почти целиком уходило исключительно на оплату жилья (Известия, 18.04.2016).

Los eufemismos vinculados a los conceptos que designan las partes del cuerpo humano, predominan en los periódicos de comunicación masiva. El objetivo al usar estos eufemismos es usar una designación aceptable del objeto dado desde un punto de vista ético, para evitar ‘tocar’ temas tabú. Los medios masivos de comunicación se caracterizan por prestar especial atención a temas relacionados con la salud reproductiva de los hombres y las mujeres, la vida

íntima, los acontecimientos de la cultura pop, etc. Por ejemplo: *мужское достоинство* en vez de *пенис*, esp. *partes nobles* en vez de *pene*.

Учёные в эксперименте установили, что после трёх минут кручения педалей приток крови к мужскому достоинству существенно снижается, а иногда и перекрывается (АиФ, 24.04.2016).

Este tipo de noticias tiene un objetivo concreto: atraer la atención de un mayor número de lectores. Según E. V. Kakorina, en la actualidad los medios masivos de comunicación están orientados no sólo en cumplir su función informativa, sino también en entretener. Lo anterior es consecuencia de que la prensa ha empezado a tomar más en cuenta las diferentes necesidades comunicativas del lector, lo que ha llevado a la aparición de distintos tipos de ediciones, dirigidas a distintos públicos [Kakorina, 2003, p. 241].

Además de los eufemismos relacionados con los ámbitos social y personal, en los periódicos son usados los eufemismos facultativos que no están fijados a una temática precisa. El uso de estos eufemismos no está reglamentado por las prohibiciones idiomáticas, sino que está determinado por las preferencias del discurso del hablante.

Estos eufemismos poseen un grado menor de eufemización, y en comparación con la designación directa sólo ‘mejoran’ un poco el objeto designado [Senichkina, 2006, p. 41].

2.3.1 La clasificación de los eufemismos según su uso en los medios de comunicación masiva rusos

Al analizar las principales esferas de la eufemización y el funcionamiento de los eufemismos en los medios de comunicación masiva hemos llegado a la conclusión que los eufemismos en el idioma ruso pueden ser divididos en los siguientes grupos:

- los eufemismos sociales;
- los eufemismos económicos;

- los eufemismos médicos;
- los eufemismos políticos;
- los eufemismos relacionados con la esfera del sexo, las relaciones sexuales y la fisiología de la persona.

La clasificación dada ha sido compuesta por nosotros tomando en cuenta la esfera de la aplicación de los eufemismos dados.

1) Los eufemismos sociales:

En este grupo existe una predominancia cuantitativa de los eufemismos que están vinculados a los nombres de ciertos aspectos relacionados con la vida pública, entre ellos fenómenos económicos y políticos, así como temas sociales. Por ejemplo:

Я бы не обратил на него внимания, но популярное московское радио для альтернативно одаренных «Серебряный дождь» полностью повторило его в эфире и долго обсуждало навзрыд (КП, 14.02.2016).

Не менее пугающая статистика ГИБДД по водителям, которые подшофе устраивают аварии за рулём пассажирских автобусов! (АиФ, 18.11.2015).

Сообщается, что полный запрет на вождение транспорта распространяется на тех, кто страдает слепотой, эпилепсией, умственной отсталостью, а также рядом сексуальных расстройств. В частности, водительские права не получают люди с расстройствами половой ориентации – транссексуалы и транссвеститы (АиФ, 09.01.2015).

Несколько дней назад полицейские узнали, что в городах района Кавказских Минеральных Вод появилась банда сутенеров, "крышующих" представительниц древнейшей профессии (КП, 05.12.2011).

En adelante se puede examinar otros ejemplos de los eufemismos de la esfera social:

вонять - плохой запах, специфический запах;

убрать со стола – улучшить стол;

отправление животными физиологических потребностей - набезобразничать, кое-что сделать, наделать делов, самовыразиться; **отказаться в отношениях** – давайте останемся друзьями, герой не моего романа, не в чьем-либо вкусе;

мастер в своем деле – золотые руки;

ссора - кошка пробежала;

развестись - расстаться; расстаться по чье-либо инициативе;

неосмотрительное поведение - ведет себя как ребенок, он еще такой ребенок;

глупый, ограниченный человек – альтернативно одаренный, не очень умен, внешность не испорчена интеллектом;

низкий интеллектуальный уровень - интеллектуальный уровень блондинок;

не образован - незнайка;

не уметь или не знать как что-либо делать - это не самая сильная его сторона;

выглядеть вульгарно и вызывающе - нескромно одеваться;

полуголая – бикини-дизайн;

груб - резковат;

обжора - любит поесть, гурман;

жадный - аккуратный в денежных средствах, экономный;

упрямый - его сложно переубедить, с ним непросто договориться, с ним трудно спорить, любит поспорить, трудно идет на компромисс, твердо стоит на своем, всегда добивается своего, у него есть своя точка зрения, до конца отстаивает свое мнение, его не заставить изменить свое мнение, у него твердый характер, он очень настойчив, он упорный, он очень напористый, он фанатик в своем деле, к нему нужен особый подход;

сплетник – это не говорит о благородстве его души;

сбежать - не рисковать жизнью;

эгоист - ему не знакома самоотверженность;

вести себя грубо, непристойно - потерять над собой контроль, сорваться, перестать владеть собой, не контролировать ситуацию, плохо отдавать себе отчет в своих действиях, не полностью контролировать себя, находиться в возбужденном состоянии, не держать себя в рамках, выйти за рамки дозволенного;

быть неспособным выполнить что-либо - переоценить свои возможности;

плохо выполнить работу - перестараться;

вороватость - склонность к чужому;

быть неправым, ошибаться - заблуждаться;

ложь, обман - выдумки, фантазии, ошибка, заблуждение;

обманывать - сочинять сказки;

говорить правду - не уклоняться от истины;

плохой почерк - неразборчивый, трудный, сложный, своеобразный почерк;

выругаться - высказывать свое возмущение, не выбирать слов;

грубить, хамить - выражать свои мысли не в очень изысканном стиле;

отшлепать - надавать по филейной части, надавать по одному месту, задать трепки;

выпивать, пьянеть - сообразить на троих, пропустить стопарик, хлопнуть по рюмашке, пропустить по маленькой, пропустить сто грамм, принять на грудь, по одной;

быть пьяным - быть подшофе, под градусом, под мухой, навеселе, выпимши, быть готовеньким;

распивать спиртные напитки - хорошо сидеть, культурно отдыхать;

не подготовиться - не совсем готов, не очень хорошо выучить;

плохой ответ на экзамене - его ответ был слабым, неважно отвечал, его ответ трудно назвать безукоризненным;

уборщица - лаборант, технический работник, эколог торгового зала, оператор очистных работ;

гомосексуалист - голубой, гомик, гомосек, другой сексуальной ориентации, гей;

смерть - кончина, конец жизненного пути, уход из жизни, летальный исход, старуха с косой;

умереть - скончаться, упокоиться, уснуть, уснуть последним сном, отойти, уйти в мир иной, отправиться на тот свет, уйти от нас, уйти в могилу, лечь в землю, покинуть нас, быть в лучшем мире, быть на небесах;

умерший - усопший;

совершать погребальный обряд - хоронить, погребать, предавать тело земле;

проститутка - женщина легкого поведения, дама нетяжелого поведения, дама полусвета, путана, ночная бабочка, представительница древнейшей профессии, девушки известной профессии, жрица любви;

трусы, бюстгальтер - определенная часть туалета, нижнее белье, белье, трусики, лифчик;

старый - еще не старый, немолодой, пожилой, пожилой человек, бывалый, с большим опытом, иметь много трудовых лет за плечами, пенсионного возраста, в годах, в летах, еще в соку, еще крепкий, очень взрослый, старшее поколение, в хорошем возрасте, бальзаковский возраст, немного за тридцать;

толстая - иметь избыточный вес, толстушка, полненькая, несколько полноватая, с приятной полнотой, настоящая женщина, есть на что посмотреть, есть за что подержаться;

некрасивая женщина - не очень красивая, не очень привлекательная, внешне так себе, ничего особенного, не в моем вкусе, красотой не блещет, красотой не отличается, красотой не выделяется, красавицей не назовешь, ее не назовешь Мерлин Монро, не выделяется внешностью, совсем неинтересная, с неяркой внешностью, не очень хорошие внешние данные, непримечательная внешность, отсутствует выразительность, не выражены черты лица, малозаметная внешность, лишена обаяния, лишена привлекательности, может не рассчитывать на внимание парней, на не никто не посмотрит, зато она добрая, у нее духовная красота, по-своему

привлекательная, оригинальная внешность, нестандартная внешность, стоит подкраситься, стоит заняться своей внешностью, обратиться к визажисту;

физические недостатки - нестандартные параметры тела, специфическая внешность;

2) Los eufemismos vinculados con la esfera de la economía:

АиФ провёл опрос среди читателей, чтобы узнать, какие они предпочитают морепродукты и верят ли, что в российских магазинах можно найти качественный товар **по демократичной цене** (*АиФ*, 24.06.2015).

Деструктивный характер нелегального сектора занятости очевиден. «Серый» рынок труда даёт слишком мало налоговых отчислений и практически не даёт отчислений социальных (*АиФ*, 13.08.2015).

Утверждена новая программа социальной поддержки населения на 2011-2013 годы. В общей сложности за три года на **социально незащищенных** горожан будет потрачено более 960 млн. рублей (*КП*, 10.08.2011).

En adelante se puede examinar otros ejemplos de los eufemismos de la esfera de economía:

брать слишком большую плату за свои услуги - слишком высоко ценить своё труд;

не отдавать долг - быть не очень аккуратным в денежных вопросах;

растратчик - слишком щедро тратить общественные деньги;

повышение цен - либерализация цен, свободные цены, упорядочение цен, освобождение цен, улучшение качества продукта, новые цены, подорожание;

дешевый - экономичный, эконом-класс, по демократичной цене;

преступный рынок - черный рынок, серый рынок;

обнищание - финансовые проблемы, финансовые вопросы;

бедные - малоимущие, социально незащищенные, с особыми нуждами;

3) Los eufemismos médicos:

*В течение долгого времени бытовало мнение, что **проблемная кожа** встречается исключительно у подростков (АиФ, 23.03.2013).*

*- Эрдоган — **клинический случай**. Ведь у того, кто подает в суд на две тысячи человек из-за оскорбления, **не все дома** (КП, 22.04.2016).*

*В московском метро установят новые турникеты с тактильными надписями, предусмотренные для **слабовидящих** пассажиров (КП, 20.04.2016).*

En adelante se puede examinar otros ejemplos de los eufemismos de la esfera de la medicina:

высморкаться - освободить нос;

насморк - нос течет;

вшивость - педикулез;

опухоль - новообразование;

понос - диарея, жидкий стул;

плохая кожа - проблемная кожа;

слепой, с плохим зрением - незрячий, слабовидящий, плохо видит, не очень хорошо видит, зрение портится, зрение упало, проблемы со зрением;

глухой - проблемы со слухом, слабослышащий, недослышит;

плохая память - с памятью несколько слабоват;

ненормальный, странный человек - не все дома, немного того, ку-ку, с головой не в порядке, с головой не дружит, несколько не в себе, неадекватно себя ведет, другая логика, со странностями, с отклонениями;

инвалид - человек с ограниченными способностями;

заболеть - недомогать, неважно выглядеть, неважно себя чувствовать, приболеть, захворать;

4) Los eufemismos de la esfera de política:

*А мы идем вперед. **Зачистили территорию**, до сцены с членами будущего украинского правительства оставалось метров 30. Но нам не*

дали туда дойти - отозвали по рации обратно. Еще час, и мы бы их всех зачистили... (КП, 18.02.2016).

Ракетные, а возможно и авиационные удары по Сирии могут начаться в ближайшие дни. Министр обороны США Чак Хейгел заявил о готовности армии приступить к реализации военного сценария решения сирийского вопроса (АиФ, 06.09.2013).

Газета пишет, что «возможности для мирного урегулирования отношений между КНДР и США полностью исчерпаны» и считает, что «вооруженный конфликт между странами неизбежен» (АиФ, 10.03.2015).

En adelante se puede examinar otros ejemplos de los eufemismos de la esfera de política:

враги - определенные силы;

война – вооруженный конфликт; наведение конституционного порядка;

тюрьма - лагерь, зона, колония;

арестовать - взять;

убить - пойти на крайние меры, физически устранить, убрать, зачистить, нейтрализовать;

бомба - взрывное устройство;

социально-политический конфликт - обостренная обстановка;

5) los eufemismos que relacionan con la esfera del sexo, las relaciones sexuales y la fisiología de la persona:

Выпятив "пятую точку", Ксения присела на морском берегу, томно положив руку на песочек (АиФ, 10.05.2016).

Вместо того чтобы проводить вечер перед телевизором, отправьтесь пораньше спать. Тем более что потребность во сне у женщины в эти дни действительно больше, чем обычно (АиФ, 10.03.2011).

Теперь интимные отношения разнообразнее, а потому требуются различные синонимы, чтобы описать происходящее (КП, 11.05.2016).

С 2010 по 2013 год девушки легкого поведения оказывали горожанам услуги интимного характера (АиФ, 07.10.2014).

En adelante se puede examinar otros ejemplos de los eufemismos de la esfera del sexo, las relaciones sexuales y la fisiología de la persona:

попа - заднее место, пятая точка, таз, одно место, мягкое место, место, откуда ноги растут, попочка, задняя часть, нижняя часть спины;

мужские и женские интимные части тела - детородные органы, половые органы, причинное место, это место, одно место;

вымыть интимные части тела - помыть кое-что, гигиенические процедуры;

физиологические отправления - результаты физиологических процессов, стул, экскременты;

менструация - месячные, критические дни, эти дни, женское недомогание, женские дела, эти дела, течь;

быть беременной - ждать ребенка, находится в интересном положении, носить ребенка, потянуло на соленькое, быть тяжелой;

пописать – сходить в туалет, освободить мочевого пузыря, совершать физиологические отправления, облегчиться, освободить живот, пойти в одно место, пойти в ванную, сходить в комнату номер один, сходить на дорожку, отойти на минуту, пойти привести себя в порядок, сходить по малой нужде, сходить на горшок, сходить по-маленькому, пойти поудрить носик, поправить прическу, поправить макияж, надо кое-что сделать, посетить дамскую комнату, выйти ненадолго, отлучиться по необходимости.

секс - это, это самое, про это, интим, интимные отношения, очень теплые отношения, очень близкие отношения, отношения, иметь определенные отношения, вступать в отношения, завязались отношения, у них любовь, заниматься любовью, заниматься кое-чем, у них кое-что было, он был с ней, было дело, близость, физическая близость, интимная близость, связь, они дружат, спать с кем-либо, заняться делом, делать дела, шалить, баловать;

не предохраняться – просто так, без этого;

презерватив - резинка, средство предохранения, средство от нежелательной беременности;

ухаживать за женщинами – ценить женское очарование, быть любимцем женщин, быть ловеласом, быть донжуаном, мачо;

девушка, имеющая беспорядочные сексуальные связи - штучка, легкомысленная девица, девушка легкого поведения;

Así, el más grande por número de eufemismos es el grupo de los eufemismos sociales, que cuenta con 195 unidades. El segundo grupo es el grupo relacionado con la esfera de del sexo y de la fisiología humana — 95 eufemismos, luego el grupo de los eufemismos médicos — 35, el grupo de los eufemismos económicos cuenta con 20 eufemismos y los eufemismos políticos — 14.

2.4. Las esferas tradicionales de la eufemización en los medios de comunicación masiva de España

La eufemía es un fenómeno muy complejo, con un carácter cultural, histórico, social, psicológico y lingüístico muy específico. Debemos resaltar que el mayor grado de eufemización lo presentan aquellos conceptos asociados con la forma en que el hombre se comprende a sí mismo, su propia naturaleza física y psicológica, su lugar en la sociedad [Fedosova, 2012, c. 6].

Podemos decir que el fenómeno de la eufemía está condicionado por la sociedad. Esto se puede explicar por el hecho de que los eufemismos funcionan en el lenguaje, de acuerdo con las normas aceptadas en la sociedad. Al mismo tiempo, debemos recordar que aunque la escala de valoración en distintas sociedades puede distinguirse de manera significativa, los eufemismos surgen siempre en el momento en que necesitamos ‘ablandar’ una denominación grosera o incorrecta, o también designar nociones, que contradicen las ideas aceptadas por todos sobre lo correcto. Así, en el eufemismo siempre existe una valoración estable, y los cambios de esa valoración dependen de los cambios en la norma moral o ética establecida por la sociedad.

Como ejemplo podemos examinar la doctrina, que se ha difundido mucho en las últimas décadas, conocida como el ‘quererquedarbienismo’, lógicamente de la

expresión “querer quedar bien con todos”. A causa de la influencia de este fenómeno, ha surgido un grupo especial de eufemismos: el léxico políticamente correcto. Este grupo de eufemismos son característica esencial no sólo de la retórica oficial, sino también de los medios de comunicación masiva. Así, por ejemplo, actualmente se considera políticamente incorrecto utilizar la palabra *negro* o *negrito*, designaciones que son remplazadas por eufemismos ‘políticamente correctos, como *hombre de color*, *mujer de color*, *subsahariano*, *afroamericano*, afrodescendiente, etc. Por ejemplo:

*Un **policía blanco** del estado de Carolina del Sur fue acusado hoy de asesinato tras haber matado a tiros a un **hombre afroamericano** de 50 años. (La gaceta, 08.04.2015).*

En vez de *gitano* se dice ‘*de etnia gitana*’ o incluso *romaní* (aunque sea incorrecto desde un punto de vista etnológico).

*Un enfrentamiento a primera hora de la tarde entre los miembros de dos familias **de etnia gitana** de la zona de Santiago se ha saldado con cuatro heridos, uno de ellos por arma de fuego (El país, 16.01.2016).*

En vez de *maricón* o *afeminado* lo mejor es usar palabras como *adamado*, *fino*, *delicado*, *gay* y por supuesto *homosexual*.

*El actor asegura en una entrevista que le gusta pensar que es **homosexual** en cuanto a su vida artística se refiere y **heterosexual** en su vida privada (El país, 21.04.2016).*

En vez de *inválido* usar *minusválido*, *discapacitado*. En vez de *ciego* podemos usar *invidente* o *no vidente*.

*Para los 39 millones de personas **invidentes** en el mundo (y unos 285 millones con algún tipo de **discapacidad visual**), según datos de la Organización Mundial de la Salud, cualquier avance que permita mejorar su calidad de vida es un signo de esperanza (El Mundo, 20.04.2016).*

En vez de *cojo* diremos de nuevo *discapacitado*.

*Sobre la entrada en el mercado laboral de **las personas con discapacidad**, Mesonero ha subrayado que «aunque los empresarios son los que crean*

*empleo, los políticos deben facilitar un entorno apropiado» y ha añadido que «aún hay muchas barreras mentales y estereotipos que dificultan la contratación de **las personas con discapacidad**» (ABC, 17.11.2015).*

En vez de *pobre* podemos decir *indigente, persona de escasos recursos, persona desfavorecida económicamente*, en vez de *mendigo* diremos *desafortunado*.

A la conclusión del acto, los actores Roberto Enríquez y Carlos Hipólito se encargaron de leer el citado manifiesto, en el que AI también declaró que la pena de muerte "se realiza de forma desproporcionada contra las personas económicamente desfavorecidas, las minorías raciales, éticas, religiosas" (ABC, 11.10.2011).

En vez de *gordo* diremos *obeso/a* o *corpulento/a*. En vez de *viejos* lo mejor es decir *adultos mayores, gente de la tercera edad, gente de edad mayor, personas mayores*. En lugar de *vejez* diremos *tercera edad, edad de oro, años dorados*. En vez de *prostituta* mejor decir *mujer de la vida alegre, mujer que ejerce el oficio más antiguo del mundo, mujer de la noche, dama de compañía, dama de buena voluntad* y etc. Los eufemismos dados poseen un carácter neutral e inexpressivo y sirven para ablandar los fenómenos que designan.

*Los críticos han expresado dudas sobre el futuro que espera al recién nacido, además de recordar los riesgos que supone un parto para **una mujer de edad tan avanzada** (El País, 12.05.2016) .*

*El antiguo Museo de la Fama es desde 2006 el refugio de 15 mujeres que, después de 40 años **de ejercer el oficio más antiguo del mundo**, buscan el retiro haciendo trabajos artesanales, aunque algunas de ellas siguen en activo (El País, 06.03.2007).*

Un lugar importante en el lenguaje de los medios de comunicación española son los temas relacionados con el sexo y la fisiología de la persona. En el idioma peninsular hay una cantidad enorme de eufemismos, que designan los órganos sexuales de hombre y femeninos:

- Vagina: coño, abajo, abertura, alcancía, carmesí, alcázar, asunto, bajos, chache, chisme, concha, cosa, cualquier cosa, delante, dentro, flor, fruta, intimidad, jardín, natura, musulamen...;
- Pene: apio, barájola, baramba, cachiporra, cajo, calabaza, canastos, cárcolas, caracoles, miembro, verga, polla, acero, aparato, asunto, campana, canario, columna...;
- Culo: asentaderas, atrás, cachete, caderas, detrás, donde amargan los pepinos, traseros...

También existe una enorme cantidad de unidades eufemísticas para la designación de las relaciones sexuales y todo lo que está vinculado a este tema:

- Copular: abotonarse, acoplarse, acostarse, amar, aparearse, bailar, beneficiarse, cabalgar, cohabitar, conocer, conocer bíblicamente, consumir, consumir el matrimonio...;
- Pornográfico: artístico, burlesco, para adultos, para hombres, picante...;
- Preservativo: capuchón, elástico, funda, goma, gorrito, objeto de goma...

Hay que señalar que también existe un gran número de eufemismos para la palabra retrete: *aseo, servicio, cuarto de baño, lavabo, váter, inodoro, evacuatorio*.

Pero, se debe recordar que los eufemismos que tienen un origen carnavalesco, se distinguen mucho del resto, puesto que tienen otra motivación, además de tener una naturaleza metafórica. La presencia de esa naturaleza metafórica es la diferencia principal de estos eufemismos. Además, la metáfora eufemística se manifiesta principalmente en que una cantidad enorme de eufemismos tiene su origen en las imágenes gastronómicas, zoológicas, domésticas, así como de carácter pintoresco. El matiz inferior de los eufemismos, presentes en las imágenes zoológicas, se ‘ablanda’ gracias al uso de sufijos diminutivos. O. V. Fedosova nota que el rasgo característico de tales eufemismos es la presencia semántica de un origen cómico o divertido [Fedosova, 2012, c. 6].

Así, por ejemplo, en vez del nombre directo de *menstruación* en el discurso de los medios de comunicación se usan los siguientes eufemismos: *el tomate, la*

mujer de rojo, la prima rusa, el chorrito, el inquilino comunista, la tía María, la tía Pepita, Juana Meneses, el gallo rojo y etc.

Vale la pena resaltar que tradicionalmente en el discurso de los medios de comunicación no es recomendable usar la palabra *diablo*, algo que tiene su origen en la existencia de ciertas supersticiones vinculadas a la utilización de este concepto. La palabra se sustituye por una serie de eufemismos: *diantra, el rey de Roma, enemigo, feo*.

Un lugar importante es ocupado por los eufemismos del concepto *dinero*. En los medios de comunicación masiva el concepto dado se sustituye por los eufemismos: *efectivo, fondos, haber, numerario, tela, calas, pelas, pasta, harina, manteca, parné, guita, mosca, moni*. En este grupo aparecen con frecuencia nuevos eufemismos.

El grupo más numeroso por la cantidad de los eufemismos es el de aquellos eufemismos relacionados con el concepto de la *muerte*, ya que la muerte ocupa un lugar central y bastante inunívoco en la mentalidad española. Por un lado, la muerte desde el punto de vista de la cosmovisión barroca es la apoteosis y el sentido de la vida humana, pero, por otro lado, desde el punto de vista de la mentalidad carnavalesca española la muerte aparece como motivo inseparable de la vida. En tal concepción la muerte ocupa el lugar principal en la circulación de la vida y se considera que la vida misma es imposible sin la muerte. El principal rasgo en el contexto de la tendencia barroca es la continuación de la vida en los cielos, en otro reino, y en el contexto del cuadro carnavalesco la muerte es como el depósito de la continuación de la vida en la tierra [Fedosova, 2012, c. 5].

Los eufemismos que designan el concepto de "la muerte" tienen una función doble, un saber eufemístico, es decir permiten evitar el nombre de los objetos, y también cómico, es decir de carácter carnavalesco, lo que ayuda a los nombres primarios a adquirir un matiz cómico y dejar de asustar:

- La muerte: defunción, desaparición, extinción, fin, hecho biológico, migración, muerte natural, tránsito, la mera hora, la hora final, el sueño eterno.

Uno de los rasgos característicos de la interpretación de la muerte en el contexto del carnaval es la personificación. Gracias a este fenómeno existe una cantidad enorme de eufemismos que designan el concepto de "la muerte" a través de la creación de 'personificaciones' de la misma: *la cabezona, la cruel, la desdentada, la dientona, la pelona, la libertadora, la bien amada, la malquerida, la indeseada, la patrona, la segadora, la llorona, la enlutada, la huesuda, la apestosa, la hedionda* u otros.

2.4.1 La clasificación de los eufemismos según su uso en los medios de comunicación masiva de España

Al analizar las esferas principales de la eufemización y el funcionamiento de los eufemismos en los medios de comunicación masiva hemos llegado a la conclusión que los eufemismos en el español pueden ser divididos en dos grupos principales: los eufemismos sociales y el grupo de eufemismos de las supersticiones y prejuicios.

A su vez, el grupo de los eufemismos sociales contiene varios subgrupos. La división se realiza por las esferas, a las que pertenecen los eufemismos. Así, se puede dividir el grupo de los eufemismos sociales en: 1) los eufemismos sociales, 2) los eufemismos económicos, 3) los eufemismos médicos, 4) los eufemismos políticos, 5) los eufemismos que se refieren a la esfera de las relaciones sexuales.

— El grupo de los eufemismos sociales

El grupo dado es el grupo más numeroso por el número de los eufemismos. En este grupo entran los conceptos que se refieren a la esfera de las relaciones cotidianas, es decir el léxico diario. Los subgrupos más extensos son: los eufemismos sociales y los eufemismos relacionados con la esfera de las relaciones sexuales.

1) Los eufemismos sociales:

*El obispo de Mallorca, monseñor Javier Salinas, ha desmentido este miércoles de manera rotunda haber mantenido algún tipo de **relación inapropiada***

con quien durante un mes fue su secretaria para asuntos institucionales (ABC, 09.12.2015).

Hasta hace unos años **las personas mayores independientes** no tenían otra opción, si se sentían solos o tenían algún problema de salud, que irse a una **residencia convencional**. Por eso, desde hace unos años, se comenzó a extender en España la experiencia de Florida (EEUU) y de algunos países del norte de Europa, de crear **edificios, urbanizaciones** y, a veces, verdaderas ciudades, **para uso exclusivo de la tercera edad** (El País, 04.01.2015).

El juez Miguel González Calderón no tuvo dudas para absolver a Luis Briones, **asistente técnico sanitario (ATS)** acusado por una paciente de 60 años, Florentina Vargas, de extralimitarse cuando ella acudió a su clínica a ponerse una inyección y él le besó los pechos. La **"impresión personal"** del magistrado -que estimó que la paciente "no debe sentirse ofendida". por lo ocurrido, que "más bien es timbre de honor y orgullo (...), **a sus 60 años**" (El País, 04.01.2015).

Las peculiares explicaciones de las medidas de seguridad de **un auxiliar de vuelo** han dado la vuelta al mundo (El País, 17.08.2016).

El director de la Secretaría de Niñez, Adolescencia y Familia del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, Mariano Luongo, refutó las afirmaciones de "medios de comunicación dominantes" sobre el aumento de la pobreza en el país, enfatizando que **"es faltar a la realidad y la verdad"** (La mañana, 28.04.2016).

El reciente fallo del Tribunal Europeo de Justicia en el que reconoce que la **obesidad** "puede constituir **una discapacidad**" laboral ha vuelto a poner en primer plano uno de los mayores problemas de salud de **los países desarrollados** y emergentes con graves implicaciones sobre el futuro de la actividad económica (El país, 03.01.2015).

En adelante se puede examinar otros ejemplos de los eufemismos de la esfera social

actor/ actriz 'актер, актриса' - artista, intérprete;

a dedo 'наугад' - de libre disposición;

adulterar 'подделывать' - desfigurar, desnaturalizar, mixtificar, sofisticar;

adulterio ‘супружеская неверность’ - echar una cana al aire, escapada, relación impropia, relación inadecuada, relación inapropiada;

agresión ‘агрессия’ - acción, incidencia;

ambición ‘амбиция’ - iniciativa;

ansiedad ‘тревога’ - carga psíquica, estrés;

apodo ‘прозвище’ - nombre artístico, aplicado a actores y actrices;

aprendiz ‘ученик’ - adjunto, aspirante, auxiliar, becario, colaborador, en formación, en prácticas, meritorio, novel;

asilo de viejos ‘дом престарелых’ - albergue, geriático, instituto geriático, refugio, residencia, sitio, urbanización de (o para) mayores;

ateísmo ‘атеизм’ - desventaja religiosa, increencia;

ateo ‘атеист’ - agnóstico, increyente, laico;

azafata de avión ‘стюардесса’ - tripulante de cabina;

baile ‘танец’ - discoteca;

barrio bajo ‘спальный район’ - afueras, alrededores, arrabal, colonia, poblado;

bastardo ‘внебрачный ребенок’ - espurio, hijo de madre soltera, hijo natural, noto;

basura ‘мусор’ - residuos, residuos domiciliarios, residuos sólidos (urbanos);

basurero ‘свалка’ - centro de procesado de residuos, punto limpio, agente sanitario;

blasfemar ‘сквернословить’ - jurar, votar;

blasfemia ‘ругательство’ - juramento, reniego;

borrachera ‘пьянство’ - chispa, embriaguez, pítima;

borracho ‘пьяный’ - achispado, alegre, chispa, contento, divertido, embriagado, encandilado, étílico, mareado;

cabrón ‘подонок’ - cabrito;

camarero ‘официант’ - barman;

campesino ‘крестьянин’ - agrario, aldeano, cultivador, horticultor, operario horticultor, paisano, rural, rustical, rústico, trabajador del campo;

cárcel ‘тюрьма’ - centro de inserción social, centro penitenciario, ergástulo, institución, instituto penitenciario, quinta;

caridad humana ‘благотворительность’ - ayuda humanitaria, beneficencia;

chino ‘китаец’ – asiático;

cobarde ‘трус’ - blanco, flojo, menguado, muelle, tímido;

deberes ‘дела’ - actividades;

delatar ‘доносить’ - imputar, inculpar, incriminar;

delito ‘донос’ - abuso de derecho, contravención, demasía, diferencia de interpretación legal, dificultad legal, exceso, infracción, inobservancia, irregularidad;

drogadicto ‘наркозависимый’ - drogodependiente, iniciado, toxicómano;

emborracharse ‘напиться’ - achisparse, alternar, alegrarse, embriagarse, ir de copas, ponerse alegre, salir de copas;

falso ‘ложный’ - doloso, fingido, incierto;

gitano ‘цыган’ - minoría étnica, morenito;

gordo ‘толстый’ - adiposo, enorme, fati, fuerte, llenito, obeso, voluminoso;

idiota ‘идиот’ - anormal, débil mental, deficiente, discapacitado psíquico, límite;

insultar ‘оскорблять’ - apellidar, titular;

ladrón ‘вор’ - amigo de lo ajeno;

mentir ‘лгать’ - adornar, escatimar la verdad, maquillar la verdad;

negar ‘отказывать’ - desmentir;

negro ‘негр’ – afroamericano, negrito, hombre/ mujer de color, subsahariano;

novio ‘жених’ - amigo, prometido;

obrero ‘рабочий’ - asalariado, menestral, personal;

pobre ‘бедный’ - apurado, arrancado, bajo, de clase baja, falto, justo, llano, popular, tercermundista;

privilegio ‘привилегия’ - beneficio, concesión;
regalo ‘подарок’ - donativo;
retrete ‘туалет’ – aseo, baño, inodoro, lavabo, reservado, sanitario, servicio, cuarto de baño, vóter, tigre, evacuatorio;
robar ‘воровать’ - coger, sustraer, tomar prestado;
salvaje ‘дикарь’ - primitivo;
secta ‘секта’ - ciencia, filosofía, nueva religión;
suegra ‘свекровь’ - madre política;
tacaño ‘жадный’ - apretado, mirado para el dinero;
traficante ‘спекулянт’ - marchante;
trampa ‘ловушка’ - procedimiento, recurso;
usado ‘использованный’ - seminuevo;
vagabundo ‘бездельник’ - excluido social;
vejez ‘старость’ - años dorados, edad de oro, edad proveyta, longevidad, tercera edad;
viejos ‘старики’ - adultos en plenitud, gente de la tercera edad, gente de edad mayor, personas muy mayores;
venganza ‘месть’ - desagravio, revancha, tallón;
víctimas ‘жертвы’ - daños personales;
violento ‘жестокий’ - reñido, vehemente;
virgen ‘девственница’ - entero, incorrupto, íntegro;
vulgar ‘простонародный’ - común, corriente, del montón, general.

2) Los eufemismos económicos:

En las dos últimas semanas se han notado avances en cuanto a un posible reajuste de precios de los alimentos de la cesta básica regulados hace varios años por el ejecutivo nacional (El Mundo, 05.05.2013).

La economía china experimentó durante el primer trimestre del año una expansión del 6,7%, una décima menos en comparación con los últimos tres meses de 2015. La desaceleración sigue siendo una realidad, pero la segunda economía más grande del mundo mostró ciertas señales de estabilización, especialmente

durante el mes de marzo, gracias a las vastas medidas de estímulo aprobadas por las autoridades (El país, 15.04.2016).

En adelante se puede examinar otros ejemplos de los eufemismos de la esfera de economía:

abaratar ‘снижать цену’ - depreciar, rebajar, recorte, revisión;

ahorrar ‘экономить’ - contener el gasto, contraer el gasto, economizar;

ahorro ‘сбережение’ - contención;

anuncio publicitario ‘рекламное объявление’ - consejo, mensaje;

bajada de salarios ‘снижение заработной платы’ - ajuste, deslizamiento, desviación a la baja, recorte, reestructuración, revisión;

bancarrota ‘банкротство’ - menoscabo;

barato ‘дешёвый’ - conveniente, económico, módico;

benéficio ‘прибыль’ - asistencia, social, solidario;

capitalismo ‘капитализм’ - economía de mercado, mercado libre;

crisis económica ‘экономический кризис’ - caída de bolsa, decrecimiento, depresión, desajuste, recesión;

dinero ‘деньги’ - efectivo, fondos, haber, liquidez, numerario, posibles, tela, calas, pelus, pasta, harina, manteca, parné, mosca, moni;

especulación ‘спекуляция’ - atesoramiento, mercado de bolsa, mercado de valores;

impuesto ‘налог’ - arancel, canon, carga, tasa;

lucro ‘выгода’ - interés;

pagar ‘платить’ - abonar, aportar, sostener;

patronal ‘объединение предпринимателей’ - agentes sociales, fuerzas vivas;

quebrar ‘обанкротиться’ - naufragar;

rebaja ‘скидка’ - bonificación, ocasión;

súbita de precios ‘повышение цен’ - ajuste, alteración, repunte, revisión;

3) Los eufemismos médicos:

*Y ni siquiera sería necesario construir un nuevo bloque en el «Ernest Lluch», bastaría con aprovechar **la residencia sanitaria** que la propia Comunidad autónoma tiene en Calatayud a escasos metros del hospital (ABC, 11.01.2009).*

*El glioblastoma multiforme es uno de **los tumores** más prevalentes y mortales del cerebro (ABC, 25.04.2016).*

En adelante se puede examinar otros ejemplos de los eufemismos de la esfera de medicina:

alergia ‘аллергия’ - reacción adversa;

almorrana ‘геморрой’ - hemoroide, tumor;

ambulatorio ‘амбулаторный’ - centro de día, hospital de día;

ataque ‘приступ’ - acceso, accidente, crisis;

calmante ‘успокоительное’ - analgésico, ansilítico;

castrar ‘кастрировать’ - arreglar, aviar, beneficiar, estrelizar, operar, sanar;

cólera ‘холера’ - diarrea estival;

enfermedad ‘болезнь’ - afeción, afecto, dolencia, indisposición, proceso;

epidemia ‘эпидемия’ - brote;

hospital ‘больница’ - ciudad sanitaria, residencia sanitaria;

lavativa ‘клизма’ - ayuda;

loco ‘сумасшедший’ - insano, tocado;

locura ‘сумасшествие’ - alteración, vasañía;

oculista ‘окулист’ - oftalmólogo;

síntoma ‘симптом’ - manifestación;

tullimiento ‘паралич’ - discapacidad física, disminución, improbabilidad, incapacidad;

vómito ‘рвота’ - emesis, eyección.

4) Los eufemismos políticos:

*El pasado 8 de julio Israel comenzaba su operación «Margen Protector» sobre la Franja de Gaza. Este es sólo el último episodio del **conflicto armado** aún abierto más duradero (ABC, 16.09.2014).*

*"IS está practicando la **limpieza étnica**. No se puede hablar de genocidio, no ha habido grandes masacres porque la gente huye. Por tanto, en términos del Derecho Internacional, lo que está ocurriendo aquí es **limpieza étnica**, porque la gente no podrá ni pensar en volver a sus casas mientras IS siga controlando la zona", denuncia (El País, 13.08.2014)*

En adelante se puede examinar otros ejemplos de los eufemismos de la esfera del política:

Aculturación - asimilación, integración;

agitador мятежник – subversivo;

atrasado ‘задолжавший’ - meridional;

comunismo ‘коммунизм’ - autogestión, economía planificada;

colonia ‘колония’ - establecimiento, dominio, fideicomiso, mandato, protectorado, territorio, territorio de ultramar, ultramar;

chantaje ‘шантаж’ - presión; aprovisionamiento, abastecimiento, impuesto revolucionario, intendencia, logística (El segundo grupo de palabras pertenece al léxico utilizado por la organización terrorista E.T.A.);

choque ‘стычка’ - desencuentro;

democrático ‘демократический’ - constitucional;

espionaje ‘шпионаж’ - inteligencia;

exterminar ‘истреблять’ - depurar;

fascista ‘фашист’ - nacional;

genocido ‘геноцид’ - depuración, limpieza étnica, operación de limpieza, privación de existencia, purga;

guerra ‘война’ - acción, conflicto, crisis, choque, intervención;

ilegal ‘незаконный’ - irregular;

imperio ‘империя’ - territorios de ultramar;

independencia ‘независимость’ - autodeterminación;

multa ‘штраф’ - denuncia, sanción administrativa;

negociación ‘переговоры’ - contacto preparatorio, toma de temperatura;

pelear ‘сражаться’ - desavenirse, encontrarse, indisponerse;

rechazar ‘отклонять’ - desestimar;
redada ‘облава’ - operación policial;
secuestro ‘арест’ - detención ilegal;
sobornar ‘давать взятку’ - captar, cohechar, dávida, regalo;
terrorismo ‘терроризм’ - lucha armada, propaganda por el hecho;
tortura ‘пытка’ - cuestión, malos tratos;
traición ‘предательство’ - abuso de confianza, defección;
vendido ‘продажный’ - colaboracionista;
zona de guerra ‘военная зона’ - entorno no permisivo.

5) los eufemismos que se refieren a la esfera de las relaciones sexuales y fisiología humana:

*Durante el último año la moda de los libros de colorear **para adultos** tomó por sorpresa a la industria editorial internacional (BBC Mundo, 30.07.2015).*

*Cuando se trata de **una disfunción eréctil** por motivos orgánicos —esto es, por causas físicas y no emocionales—, la ciencia y los avances tecnológicos de los últimos años ya han hecho sus deberes en favor de los pacientes.*

En adelante se puede examinar otros ejemplos de los eufemismos de la esfera de las relaciones sexuales y fisiología humana:

amancebarse ‘таскаться’ - amigarse, arrimarse, cohabitar, juntarse, ser pareja de hecho;

amante ‘любовник’ - amigo, entretenida, el otro/ la otra, querida, señorita de compañía;

bisexual ‘бисексуальный’ - ambidextro, ambidiestro, ambivalente, bimetalista;

bizco ‘косой’ - bisojo, bizcocho, estrábico;

cagar- aliviarse, ciscar, defecar, deponer, descargar, descomer, exonerar, evacuar, expulsar, hacer caca, hacer de cuerpo, hacer de vientre, hacer fuerza, hacer las cosas, hacer las necesidades, hacer pum, hacer una diligencia, ir al empolverse la nariz, ir de vientre, obrar, satisfacer una necesidad fisiológica, vaciar;

carajo - acio, araj, arajo, barájola, baramba, cachiporra, cajo, calabaza, canastos, cracolas, caracoles, cracolillos, caraffles, carafelis, caralla, carallo, carallu, caramba, carámbalis, carámbanos, carambola, carape, caray, crayu, cáscaras, cascaritas, cáspita, cspitina, córcholis, zapamamba;

casa de putas - bar de alterne, barra americana, casa de citas, casa de evento, casa de habitantas, casa llana, casa de masajes, casa de niñas, casa de lenocinio, casa de trato, casa pública, club, club de alterne, sauna, servicio de acompañantes, whiskería;

cojones - alegrías, amígdalas, berros, calzones, caróditas, cataplínes, chismes, cojinetes, colgates, compañeros, corazones, cordones, dídimos, los dos, efectos, entrepierna, etc., etcétera, ganglios, glándulas genitales, gónadas, gorriones, hermanos, hídados, hurones, lóbulos, lo que cuelga, mismísimos, partes, prendas, Quiñones, riñonada, suprarrenales, tachines, tales, testigos, tiroides, agallas, arrestos, bemoles, borceguíes, narices, redaños, riñones;

condón - anticonceptivo, elástico, funda, goma, objeto de goma, preservativo, profiláctico, protector;

coño - abajo, abertura, alcancía, carmesí, alcázar, asunto, bajos, chache, chisme, concho, cosa, cualquier cosa, delante, dentro, flor, fruta, intimidad, jardín, natura, naturaleza, órganos sexuales femeninos, oriente ensortijado, partes, partes femeninos, partes genitales (o inferiores, nobles, pudendas), regiones bajas, tú me entiendes, vergüenzas, vientre, virtud, vulva, zapato, concho, corcho;

culo - asentaderas, atrás, cachete, caderas. Detrás, donde amargan los pepinos, donde la espalda pierde su nombre, envés, nalgatorio, pompis, popa, posaderas, posteridad, retaguardia, saco, salva sea la parte, trasero;

erótico - amoroso, mórbido, para adultos, para hombres, pasional, secreto, subido de color, subido de tono, verde;

follar - abotonarse, acoplarse, acostarse, amar, aparearse, bailar, beneficiarse, cabalgar, cohabitar, conocer, conocer bíblicamente, consumir, consumir el matrimonio, copular , cubrir, cumplir el débito, dejarse, divertirse, dormir, encamarse, enrollarse, entretenerse, escribir, estar con alguien, fabricar

hombres, fecundar, fornicar, hablarse, hacer, hacer coito, hacer ejercicio, hacer el amor, hacer un favor, hacer sexo, hacerlo, holgar, intimar, jugar, juntar, montar, obrar, pecar, penetrar, practicar sexo, tener una relación prematrimonial, resolver, semblar, servir, soplar, subir, tapar, tomar, tumbar, unirse, utilizar, ver a alguien, verse con alguien, yacer, acción, acoplamiento, acto, acto carnal, acto matrimonial, acto natural, acto sexual, actos impuros, acto venéreo, asunto, coito, comercio, comunicación íntima, concúbito, débito conyugal, favor, hacer cositas, hacer uso del matrimonio, enlace sexual, encuentro sexual, experiencia sexual, juego, negocio, relación íntima, relación personal, sacrificio, salto, seducir, sesión sexual, unión sexual, vis a vis;

impotencia - disfunción eréctil, frialidad, imposibilidad;

lesbiana - ahomorada, hermana, sáfica, safo;

maricón ‘гомосексуалист’ - activo, adamado, dante, homo, introvertido, mariposa, rosita; afeminado, raro, fino, delicado, sensible, gay, inverso;

menstruación - el tomate, la mujer de rojo, la prima rusa, el chorrito, el inquilino comunista, la tía María, la tía Pepita, Juana Meneses, el gallo rojo;

parir ‘рожать’ - alimbar, dar a luz, salir de cuidado;

preñada ‘беременная’ – encita, en estado, gruesa;

polla - acero, asunto, báculo, bicho, campana, cosi-cosa, gloria masculina, hacha, hermano, intimidad, pájaro, pito;

prostituta - acompañante, chica de calle, dama, mujer de mala vida, ninfa, pecadora, sota, zorra, mujer de la vida alegre, mujer de moral relajada, mujer que ejerce el oficio más antiguo del mundo, mujer de la noche, dama de buena voluntad;

vicioso ‘порочный’ - liberal.

El segundo grupo. Las supersticiones y los prejuicios.

En la mente de la gente se ha conservado la fe en la existencia de una relación entre la palabra y el objeto de la realidad, designado por él. Este rasgo de

la mentalidad se manifiesta en el habla en forma de las supersticiones respecto al uso de algunas palabras.

accidente ‘несчастный случай’ - incidencia, siniestro;

afeado ‘обезображенный’ - desmejorado;

agonizante ‘предсмертный’ - terminal;

ataúd ‘гроб’ - caja;

cáncer ‘рак’ - tuberosidad, tumor;

cementerio ‘кладбище’ - campo de los quietos, camposanto, fosas, necrópolis, sacramental;

cólera ‘холера’ - diarrea estival;

demonio ‘демон’ - Ángel Caído, Enemigo, Feo, Maligno, Malo, Mengue;

diablo ‘дьявол’ - Rey de Roma, enemigo, feo;

muerte ‘смерть’ - afanadora, cabezona, canica, china, cruel, desdentada, enlutada, grulla, hilacha, igualadora, jedionda, libertadora, pachona, parca, pelona, dientona, llorona, rasera, segadora, tilinga, apesota, calavera, patrona, jodiada, cierta, catrina, estirona, pelleja.

Así, el análisis ha mostrado que el grupo más numeroso por el número de los eufemismos es el subgrupo de los eufemismos vinculados a la esfera de las relaciones sexuales y la fisiología de la persona – 348 eufemismos. A su vez el subgrupo de los eufemismos sociales cuenta con 215 eufemismos, económico – 65 eufemismos, médico – 38 eufemismos, político – 61 eufemismo. El segundo grupo de los eufemismos, a que se refieren las supersticiones y los prejuicios cuenta con sólo 50 eufemismos.

Conclusiones del segundo capítulo

El uso de unidades eufemísticas en la lengua tiene una doble explicación: por un lado, cada persona determina sus propios límites en el uso de las palabras, que es en realidad una forma de expresar sus propias creencias y supersticiones, vinculados con el uso de conceptos que designan las enfermedades, la muerte, o al contrario, vinculados con el miedo de alejar ciertas ideas o conceptos a causa de la mención directa. Por otro lado, el uso de los eufemismos en los medios de

comunicación masiva es una exigencia de la misma sociedad, que lo hace a través de un sistema de valores, aceptado por ella misma y vinculado directamente al funcionamiento del lenguaje de sus miembros.

Se puede afirmar que el fenómeno de la eufemía puede ser considerado como un universal lingüístico, que forma parte importante del proceso de comunicación y sirve como uno de los medios principales para llevar a cabo una comunicación exitosa y sin conflictos. Como principal criterio lingüístico del eufemismo tenemos la valoración negativa del contenido del enunciado, y en este contexto la característica común de todos los medios utilizados para la eufemización es la capacidad de convertir esa valoración negativa en “implícita” por medio de la debilitación de la valoración negativa.

Se puede examinar el problema de la diversidad de los eufemismos de acuerdo con los siguientes factores: temporal, social, psicológico, territorial, nacional y cultural, y de estratificación; podemos decir que el factor principal es el factor social, puesto que en la evolución de los eufemismos se refleja la evolución de la moral humana.

Los métodos de formación de los eufemismos han sido examinados en los trabajos de muchos investigadores de este fenómeno. Entre ellos podemos destacar los trabajos de Larin, 1961; Reformatsky, 2005; Vidlak, 1967; Varbot, 1979 y Krysin, 1994. En nuestro trabajo hemos destacado los siguientes tipos de la formación de los eufemismos que según nuestra opinión son más usados en los medios de comunicación masivas:

- La transferencia metafórica;
- La transferencia metonímica;
- Los préstamos;
- La perífrasis.

Los eufemismos relacionados con el ámbito social son mucho más numerosos. Los eufemismos que sustituyen a palabras de la esfera de las relaciones sociopolíticas y económicas pueden adquirir potencialmente un carácter manipulativo. Mientras que la designación directa o la valoración expresiva de un

elemento, un fenómeno o un hecho social o político pueden provocar una reacción negativa en los lectores, las designaciones eufemísticas, asociadas gracias a la eufemía con un detonante positivo, valoran ese mismo elemento, fenómenos o hecho de un modo indirecto.

El análisis de las sustituciones eufemísticas en la prensa moderna rusa ha mostrado que el grado de uso de eufemismos en contextos relacionados con la política y la economía es considerablemente más alto en aquellos periódicos 'de alta calidad' que se posicionan como " suministradores" de información imparcial y objetiva.

Al analizar el funcionamiento de los eufemismos en los medios de comunicación masiva de Rusia podemos afirmar que el grupo más grande por número de eufemismos es el grupo de los eufemismos sociales, que cuenta con 195 unidades. El segundo grupo es el grupo relacionado con la esfera de del sexo y de la fisiología humana — 95 eufemismos, luego el grupo de los eufemismos médicos — 35, el grupo de los eufemismos económicos cuenta con 20 eufemismos y los eufemismos políticos — 12.

A su vez, el grupo de los eufemismos españoles más abundante por número de eufemismos es el subgrupo de los eufemismos vinculados a la esfera de las relaciones sexuales y la fisiología de la persona – 348 eufemismos. A su vez el subgrupo de los eufemismos sociales cuenta con 215 eufemismos, económico – 65 eufemismos, médico – 38 eufemismos, político – 61 eufemismo. El segundo grupo de los eufemismos, a que se refieren las supersticiones y los prejuicios cuenta con sólo 50 eufemismos.

CONCLUSIÓN

Para concluir nos gustaría resaltar que los eufemismos son una parte esencial del lenguaje, dada no sólo la gran cantidad de eufemismos existentes, sino su constante uso en la sociedad, siendo su presencia en los medios masivos de comunicación una prueba de ello. Además, hemos descubierto que en los últimos veinte años la influencia de los medios de comunicación masiva sobre la sociedad moderna, la cultura y los símbolos usados para transmitir información ha aumentado considerablemente, en parte gracias al desarrollo de nuevas tecnologías y a la facilidad para acceder a la información. Entre las muchas definiciones de qué son los medios de comunicación masiva nos quedamos con la siguiente:

“Los medios de comunicación masiva comprenden las instituciones y técnicas mediante las cuales grupos especializados emplean recursos tecnológicos (prensa, radio, cine, televisión, etc.) para difundir contenidos simbólicos en el seno de un público numeroso, heterogéneo y disperso”.

Según las personas que estudian el fenómeno de la comunicación en la sociedad actual, los medios de comunicación masiva han tomado el lugar hegemónico que normalmente ocupaban otras instituciones sociales, como la familia, la escuela, la iglesia, el partido político, etc.

Con respecto a esto es importante añadir que los medios de comunicación masiva hacen uso no sólo de la lengua hablada o escrita, sino que también usan el componente icónico, es decir la imagen, como instrumento fundamental para el proceso comunicativo. En general los medios de comunicación masiva están evolucionando de tal manera que el uso combinado de imágenes y textos orales y escritos es cada vez más común, además de tener una gran carga significativa.

En relación con el fenómeno de la eufemía podemos decir que en la actualidad entre los lingüistas no hay una concepción única acerca de qué es un eufemismo. Uno de los puntos de discusión está vinculado a la diversa comprensión de los términos «eufemía y eufemismos», pero en la mayoría de los casos los dos términos se usan sin diferencia alguna.

Además, tenemos que notar que el fenómeno de la eufemización muy a menudo se asocia con las esferas del tabú: distintos sistemas de prohibiciones religiosas que aparecieron ya en las primeras fases de la existencia de la sociedad humana. El fenómeno del tabú refleja una etapa determinada del desarrollo del pensamiento en una sociedad y también nos muestra como un fenómeno dado ocurre, dejando su huella en el idioma y al mismo tiempo es de sumo interés, puesto que con su ayuda podemos comprender el origen de palabras particulares y la forma en que unas palabras sustituyen a otras. Los estudios modernos sobre los eufemismos son de un carácter bastante complejo.

Uno de los rasgos principales de las unidades eufemísticas es que los eufemismos se usan para referirse a fenómenos del mundo circundante por medio de instrumentos léxicos muy distintos.

Para la creación de una clasificación es necesario, en primer lugar, determinar los parámetros, según los cuales los objetos eufemísticos pueden ser agrupados. Por desgracia, no existe en la actualidad una única clasificación de los eufemismos, puesto que las tipologías toman en consideración sólo algunos aspectos de la eufemía. Por lo tanto ninguna de las clasificaciones refleja el complejo carácter del fenómeno eufemístico. De esta forma las clasificaciones tipológicas tradicionales se convirtieron en las más populares, ya que todos los investigadores de eufemismos las realizaban. Entre los factores pragmáticos que explican el uso y el funcionamiento de los eufemismos en los medios de comunicación masiva, específicamente en la prensa, los más significativos están relacionados con la necesidad de:

- Expresar un juicio indirecto, “tapado”;
- Manifestar respeto lingüístico;
- Designar de forma éticamente correcta los detonantes, relacionados con temas tabú.

Para poder explicar los factores pragmáticos condicionan la especificidad del funcionamiento de los eufemismos en la prensa, es indispensable tomar en

consideración la tendencia en el desarrollo del estilo usado por los medios de comunicación masiva.

En nuestro trabajo hemos destacado los siguientes tipos de la formación de los eufemismos que según nuestra opinión son más usados en los medios de comunicación masivas:

- La transferencia metafórica;
- La transferencia metonímica;
- Los préstamos;
- La perífrasis.

Así, hemos descubierto que el grupo más grande por número de eufemismos en los medios de comunicación rusos es el grupo de los eufemismos sociales, que cuenta con 195 unidades. El segundo grupo es el grupo relacionado con la esfera de del sexo y de la fisiología humana — 95 eufemismos, luego el grupo de los eufemismos médicos — 35, el grupo de los eufemismos económicos cuenta con 20 eufemismos y los eufemismos políticos — 12.

A su vez, el análisis de los eufemismos de los medios de comunicación masiva de España ha mostrado que el grupo más amplio por el número de eufemismos es el subgrupo de los eufemismos vinculados a la esfera de las relaciones sexuales y la fisiología de la persona – 348 eufemismos. A su vez el subgrupo de los eufemismos sociales cuenta con 215 eufemismos, económico – 65 eufemismos, médico – 38 eufemismos, político – 61 eufemismo. El segundo grupo de los eufemismos, a que se refieren las supersticiones y los prejuicios cuenta con sólo 50 eufemismos.

BIBLIOGRAFÍA

1. Арутюнова Н.Д. Истина и правда // Язык и мир человека. – 2-е изд., испр. - М.: Языки русской культуры, 1999. – С. 543–642.
2. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры. – М.: Высш. шк., 1991. – 141 с.
3. Баскова Ю. С. Эвфемизмы как средство манипулирования в языке СМИ (на материале русского и английского языков): дис. ... канд. филол. наук. – Краснодар, 2006. – 162 с.
4. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. – М.: Наука, 1979. – 120 с.
5. Бенвенист Э. Общая лингвистика. – М.: Прогресс, 1974. – 477 с.
6. Босчаева Н.Ц., Кащеева М.А. Функциональная семантика контекстуальных эвфемизмов // Проблемы функциональной семантики: Межвуз. сб. науч. тр. / Отв. ред. В.И. Заботкина. – Калининград: КГУ, 1993. – С.34–41.
7. Будагов Р. А. Введение в науку о языке. – М.: Добросвет – 2000, 2003. – 304 с.
8. Варбот, Ж.Ж. Табу / Ж.Ж. Варбот // Русский язык: энциклопедия / под ред. Ф.П. Филина. – М.: Советская энциклопедия, 1979. – 432 с.
9. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. – М.: Русские словари, 1996. – 410 с.
10. Видлак С. Проблема эвфемизма на фоне теории языкового поля // Этимология, 1965. – М., 1967. – С. 267–285.
11. Виноградов В.В. Очерки по истории русского литературного языка XVII- XIX вв. – М., 1999, – С. 20 – 35.
12. Виноградов В.С. Лексикология испанского языка. – М.: Высш. шк., 1994. – С. 192.
13. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М.: Наука, 1985.- С. 34–40.

14. Евсева Н.А. Культура и языковые запреты //Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2000. — №2. — С. 43–47.
15. Жельвис В.И. К вопросу о национально-культурной специфике эвфемизмов и запретов инвективной лексики // Текст и культура: Общие и частные проблемы. — М.: ИЯЗ, 1985. — С. 133–141.
16. Зеленин Д.К. Табу слов у народов Восточной Европы и северной Азии. // Сборник музея антропологии и этнографии. — Т.8. — Л., 1929. — С. 1–151.
17. Земская Е.А., Китайгородская М.В., Ширяев Е.Н. Русская разговорная речь. Общие вопросы. Словообразование. Синтаксис. — М.: Наука, 1981. — 278 с.
18. Кацев А.М. Языковое табу и эвфемия. : учеб. пособие к спецкурсу / А. М. Кацев ; Ленингр. гос. пед. ин-т им. А. И. Герцена. — Л.: ЛГПИ, 1988. — 79 с.
19. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. — Волгоград: Перемена, 2002. — 476 с.
20. Ковшова М.Л. Семантика и прагматика эвфемизмов. — М.: Гнозис, 2007. — 320 с.
21. Костомаров В.Г., Русский язык на газетной полосе: Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. - М.: Изд-во МГУ, 1971.- 267 с.
22. Крысин 1998 - Крысин Л.П. Иноязычное слово в роли эвфемизма // Русский язык в школе. - 1998. - №2. - С. 71-74.
23. Крысин Л.П. Эвфемистические способы выражения в современном русском языке. // Русский язык в школе. № 5. М., 1994. — с. 76–82.
24. Куркиев, А.С. О классификации эвфемистических названий в русском языке. Классификация эвфемизмов по порождающим мотивам / — Грозный, 1977. — 88 с.

25. Ларин Б.А. Об эвфемизмах // Проблемы языкознания. – Л.: Изд-во Ленингр. Ун-та, 1961. – С.110–124.
26. Маковский М.М. Феномен табу в традициях и языке индоевропейцев. – М.: Владос, 2000. – 268 с.
27. Милоенко Е.О. Специфика функционирования эвфемизмов в индивидуальном лексиконе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Курск, 2009. – 160 с.
28. Мунгалова О.М. Об одном приеме языковой игры в испанской разговорной речи // Функциональные исследования. – М.: Московский лицей, 1995. - Вып. 5. – С. 67–71.
29. Муравьева Н.В. Язык конфликта. - М.: Изд-во МЭИ, 2002. - 264 с.
30. Потапова М.Н. Краткий обзор некоторых исследований эвфемизмов. // Язык, сознание, коммуникация / под ред. В.В. Красных, А.И. Изотова. – М.: МАКС Пресс, 2007. – Вып. 34. – С. 27–38.
31. Родченко А.В. Средства эвфемии в современном испанском языке (на примере кубинского национального варианта): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2000. – С. 1–20.
32. Сковородников А.П. Фигуры речи в современной российской прессе // Филологические науки. - 2001. - JST» 3. - С. 74-80.
33. Сковородников А.П. Языковое насилие в современной российской прессе // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Вып.2. - Красноярск - Ачинск, 1997. - С. 10-15.
34. Солганик Г.Я. Лексика газеты: Функциональный аспект. - М.: Высшая школа, 1981.- 112 с. 189. Солганик Г.Я. Газетные тексты как отражение важнейших языковых процессов в современном обществе (1990-1994 гг.) // Журналистика и культура русской речи. - 1996. - С.13-25.
35. Степанов Г.В. К проблеме языкового варьирования: Испанский язык Испании и Латинской Америки. – М., 1979. – С. 20–36.
36. Темирбаева Е.К. Эвфемизмы в языке политики и в художественной литературе // Слово в словаре и тексте. – М.: МГУ, 1991. – С.13–21.

37. Трошина Н.Н. Стилистические параметры текстов массовой коммуникации и реализация коммуникативной стратегии субъекта речевого воздействия // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. - М.: Наука, 1990. - С. 62 -69.
38. Федосова О.В. Лексико–прагматические особенности испанского обиходного дискурса в национально-культурном аспекте. – Волгоград: Перемена, 2011. – С. 50–65.
39. Федосова О.В. Лексико–прагматические особенности испанского обиходного дискурса в национально-культурном аспекте. – Волгоград: Перемена, 2011. – С. 223– 243.
40. Федосова О.В. Семантические сферы эвфемизации в испанской разговорной речи // Проблемы современной лингвистики.- выпуск 2: сборник научных трудов / Под ред. Н.А. Красавского. – Волгоград, «Колледж», 2009. – С. 110–122.
41. Фирсова Н.М. Испанская разговорная речь. Учебное пособие. Изд 2-е, перераб. и доп.– М.: ИД "Муравей-Гайд", 1999. – 248 с.
42. Фирсова Н.М. Испанский речевой этикет. – М.: Высш. шк., 1991. – 174 с.
43. Фрэзер Дж.Дж. Золотая ветвь: Исследование магии и религии. – М., 1980. – С. 30.
44. Царева М.Р. Эвфемизмы как лингвистическое явление (на материале современного английского языка). // Некоторые проблемы германской филологии. — Пятигорск, 2000. — С. 31–39.
45. Шейгал Е.И. Эвфемизм и ирония в политическом тексте // Филология - Philologica: Сб. науч.статей - Краснодар: Изд-во Кубанск. ун-та, 1997. - №11.- С. 47-49.
46. Шейгал Е.И. Эвфемизация в политическом дискурсе. // Языковая личность: проблемы креативной семантики. К 70-летию профессора И.В.Сентенберг: сб. науч. тр. ВГПУ. – Волгоград: Перемена, 2000. –С. 158–209.

47. Шмелева Т.В. Кодекс речевого поведения // Русский язык за рубежом. 1983. №1. С.72—77.
48. Якушкина К.В. Лексико-грамматические средства эвфемии в языке газет Испании. – СПб: СПбГУ, 2009. – с. 34–35.
49. Alvar M. La interjección // Introducción en la lingüística española. – Barcelona: Ariel, 2000. – p. 479–132.
50. Casado Velarde M. Tendencias en el léxico español actual. – Madrid: Coloquio, 1985. – 111 p.
51. Fuertes Olivera P.A. Mujer, Lenguaje y Sociedad. Los estereotipos de género en inglés y en español. – Madrid: Ayuntamiento de Alcalá de Henares, 1999. – 267 p.
52. Guillamet Jaume Conocer la prensa. – Barcelona: Gustavo Gili, 1988. – p. 104.
53. McQuail Denis Sociología de los medios masivos de comunicación. – Buenos Aires: Paidós, 1997. – p. 14.
54. Rawson Hugh. Rawson's Dictionary of Euphemisms and Other Doubletalk. –New York: Crown Publishers, Inc., 2002. – P. 1–14.
55. Roda Salinas, Fernando Jesús, y Rosario Beltrán de Tena Información y comunicación. – Barcelona: Gustavo Gili, 1995. - p. 125.

LEXICOGRAFÍA

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М.: Советская энциклопедия, 1996. – 606 с.
2. БАС: Словарь современного русского литературного языка: В 17-ти томах. – М. –Л.: Изд-во АН СССР, 1950–1965.
3. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: В 4-х т. –М., 1956.
4. Лингвистический энциклопедический словарь В.Н. Ярцева – 2 изд., доп. – М. : Большая Российская энциклопедия, 2002. — 590 с.
5. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. – М., 1970. – 1056 с.
6. Садиков А.В. Новый испанско-русский словарь современного употребления: 2-е изд., стереотип. – М.: Русский язык – Медиа, 2007. – 690 с.
7. Сеничкина Е.П. Словарь эвфемизмов русского языка. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 464 с.
8. Coromines J. Diccionario crítico etimológico castellano e hispánico: en 6 vols. – Madrid: Gredos, 1991–1997.
9. Garcia L., Manuel J. Diccionario de eufemismos y de expresiones eufemísticas actuales.- Madrid: Editorial Verbum, S. L., 2000. – 216 p.
10. Diccionario de Sinónimos y Antónimos. – Barcelona: Espasa Libros S. L. U., 2012. – 672 p.
11. Moliner M. Diccionario de uso del Español: en 2 vols. – 3-a ed. – Madrid: Gredos, 2007.