

## СТРАТЕГІЯ ЕВФЕМІЗАЦІЇ В ІДЕОЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ РЕДАКЦІЙНОЇ СТАТТІ (НА МАТЕРІАЛІ *THE NEW YORK TIMES* ТА *THE WASHINGTON POST*)

### EUPHEMISATION STRATEGY IN IDEOLOGICAL DISCOURSE OF AN EDITORIAL (BASED ON *THE NEW YORK TIMES* AND *THE WASHINGTON POST*)

Тхоровська С.В.,

[orcid.org/0000-0001-5827-0976](https://orcid.org/0000-0001-5827-0976)

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри іноземних мов факультету міжнародних відносин  
Львівського національного університету імені Івана Франка

Стаття присвячена дослідженню прийомів евфемізації в текстах редакційних статей під колективним авторством. Розглянуто дискурсну природу евфемізму, який постає у вигляді когнітивного процесу концептуалізації дійсності та вербалізований у низці мовних засобів. Використання евфемізмів дає змогу адресантові здійснювати ідеологічний контроль дискурсу шляхом уникнення небажаних тем та пом'якшення негативних аспектів, які не відповідають позитивному зображенню «своєї» групи та могли б викликати осуд в адресата. У такий спосіб адресант здійснює імпліцитний вплив на сприйняття ситуації адресатом.

Як свідчать результати здійсненого аналізу матеріалу, в дискурсі редакційної статті видань *The New York Times* та *The Washington Post* найпоширенішими прийомами утворення евфемізмів є лексична заміна, метафорична концептуалізація, літота та використання пасивних конструкцій. Лексична заміна відбувається через 1) уживання лексем, які лише частково передають істину, 2) використання лексики з дифузною семантикою як засобу заміни понять, 3) застосування технічних, наукових та інших термінів як інструменту вираження об'єктивності, що дає змогу змістити інтерпретацію негативних явищ у більше нейтральне русло, 4) вживання вишуканої лексики задля досягнення ефекту завуальованості та обізнаності адресанта. Використання метафори дозволяє розвинути цілий сценарій і, як наслідок, ускладнити зміст, приховати певні аспекти та наголосити на інших. Літота нейтралізує негативний бік денотата через висловлення лише часткової істини. Застосування пасивних конструкцій уможливорює усунення провини та приховування суб'єкта дії.

Деконструкція імпліцитних смислів, які лежать в основі евфемізмів, набуває дедалі більшої ваги, позаяк допомагає виявити приховані інтенції адресанта та уникнути потенційної маніпуляції фактами.

**Ключові слова:** евфемізм, евфемізація, когнітивний процес, концептуалізація, лексична заміна, ментальна модель.

The article explores euphemisation techniques in the texts of editorials under collective authorship. The discourse nature of euphemism, which is manifested in the cognitive process of conceptualization of reality and verbalized in discourse through a number of linguistic means, is examined. The use of euphemisms enables the addresser to exercise ideological control of discourse by avoiding unwanted topics and mitigating negative aspects which do not correspond to the positive image of "our" group and could result in the addressee's disapproval. In this way, the addresser wields implicit influence on the addressee's perception of the situations.

From the analysis of the material, it has been inferred that in the discourse of *The New York Times* and *The Washington Post* editorials, the most common methods of creating euphemisms include lexical substitute, metaphorical conceptualization, litotes, and passive structures. Lexical substitute is manifested through 1) the use of lexemes that convey only partial truth; 2) the use of vocabulary with diffuse semantics as a means of replacing concepts; 3) the use of technical, scientific, and other terms as a way of expressing objectivity, which enables the addresser to shift the interpretation of negative phenomena to a more neutral angle; 4) the use of sophisticated vocabulary to create the veiling effect and enhance the addresser's knowledgeability. The use of metaphor contributes to developing an entire scenario and, as a result, complicating the message, attenuating certain aspects and reinforcing the others. Litotes neutralizes the negative facet of the denotatum by expressing only a partial truth. The use of passive structures enables the addresser to eliminate responsibility and conceal the subject of the action.

The deconstruction of the implicit meanings underlying euphemisms is becoming increasingly important as it helps to uncover the addresser's hidden intentions and avoid potential manipulation of the facts.

**Key words:** euphemism, euphemisation, cognitive process, conceptualization, lexical substitute, mental model.

**Постановка проблеми.** У різних формах комунікації задля кращого підтримання суспільних відносин та обміну думками іноді доводиться вдаватися до такого стилю мовлення, який може замінити неприємні поняття прийнятними або навіть бажаними. Досягненню такого ефекту сприяє використання евфемістичних конструкцій,

притаманних кожному суспільству, адже вони – важлива частина мовних звичаїв і мова без евфемізмів була б, за словами Р. Берчфілда, «дефективним інструментом спілкування» [1, с. 29]. Проте ефективність евфемістичних виразів полягає не лише в їхній здатності полегшити спілкування, але й приховати небажані аспекти. Ця властивість

евфемізмів дає змогу використовувати їх для досягнення прихованої мети, що є особливо важливим чинником творення ідеологічного дискурсу.

#### **Аналіз останніх досліджень та публікацій.**

Попри доволі активний інтерес до теми евфемізмів та вагомні здобутки в цій галузі дослідження, явище евфемізації заслуговує на особливу увагу в наш час перенасичення інформацією, адже, з одного боку, евфемізми дозволяють досягти політичної коректності та уникнути образ інших, а з іншого – це один зі способів висловити неправдиве твердження та переконати інших у його правдивості.

Дослідженням евфемізмів займалися чимало лінгвістів. Так, Р. Берчфілд (R. Burchfield) зосередився на історичному аспекті питання [1]. Згідно з поглядами Д. Болінджера (D. Bolinger), який вивчав соціолінгвістичну природу явища, евфемізмами часто зловживають, що може призвести до спотворення комунікації [2]. С. Шейгал описала найпоширеніші прийоми евфемізації в політичному дискурсі [3]. Евфемістичну лексику різних жанрів досліджували В. Заботкіна, Р. Фаулер (R. Fowler), Б. Уоррен (B. Warren), К.Л. Гем (K. L. Ham) та інші [4; 5; 6; 7].

**Постановка завдання.** Мета статті – виявити основні прийоми творення евфемізмів у дискурсі редакційної статті та описати їхні функції. Поставлена мета зумовила низку завдань, а саме: з'ясувати ключові способи евфемізації в дискурсі редакційної статті, розглянути прийоми творення евфемізмів на різних рівнях, охарактеризувати особливості вживання евфемізмів в ідеологічному дискурсі редакційної статті. Для досягнення поставлених завдань застосовувався, передусім, метод дискурс-аналізу, а також елементи контент-аналізу, компонентного аналізу, контекстуально-інтерпретаційного аналізу.

Фактологічним матеріалом аналізу слугує суцільна вибірка редакційних статей *The New York Times* та *The Washington Post* під колективним авторством із квітня по серпень 2021 року, які коментували події на Близькому Сході та в країнах Латинської Америки.

**Виклад основного матеріалу.** Зазвичай евфемізми трактують як слова та словосполучення, які виражають ідею завуальовано, в м'якшій формі, з метою не викликати осуду в адресата. Такі слова є засобами утворення вторинної номінації, в процесі якої певні семи редукуються, щоб зняти відповідальність, приховати дії, перекласти вину. У цих випадках редуковані семи переходять в імплікаціонал, з якого виводиться інша сема з позитивною конотацією [3, с. 190]. Як зауважує дослідниця, «семантичний механізм евфемізації

базується на референційному зсуві і зміщенні прагматичного фокусу, що пов'язано з редукацією чи зміною статусу сем, які мотивують негативну оцінку», що своєю чергою веде до зняття негативної конотації або зниження інтенсивності негативної оцінки [3, с. 190–197].

Проте дискурсна природа евфемізму значно ширша і виходить за рамки їх розгляду як слів та словосполучень вторинної номінації. Евфемізм, услід за М. Касаз Гомез (M. Casas Gómez), трактуємо як когнітивний процес концептуалізації реальності, який вербалізований у дискурсі через низку мовних механізмів і дозволяє мовцеві в певному контексті або в конкретній прагматичній ситуації пом'якшити або завуальовати поняття чи ситуацію [8, с. 738]. Дослідник зазначає, що засоби творення евфемізмів включають лексичну заміну, фонетичну зміну, словозміни, словотворення, синтагматичні групування, текстовий опис тощо.

Використання евфемізмів допомагає адресантові досягти низки цілей, серед яких легітимізація дій або явищ, які могли б викликати осуд в адресата, уникнення незручних тем, позитивне та негативне зображення відповідно «своїї» та «чужої» груп. У такий спосіб адресант конструює бажану ментальну модель в адресата – індивідуальну інтерпретацію дискурсу, яка базується на загальному знанні про світ [9, с. 9], справляючи при цьому імпліцитний та неусвідомлюваний вплив на сприйняття ситуації та здійснюючи ідеологічний контроль дискурсу, що відбувається передусім через контроль ментальних моделей адресатів.

Спираючись на трактування стратегії Р. де Бограндом як когнітивного представлення засобів досягнення мети в найефективніший спосіб [10, с. 269] та зважаючи на те, що матеріалом слугують тексти статей із поважних видань, аудиторія яких складається з освічених та ерудованих читачів, простежуємо схильність авторів до використання окремих способів творення евфемізмів, якими вони послуговуються доволі часто. Натомість деякі прийоми, як-от фонетичні чи орфографічні зміни, не застосовуються.

Одним із найпоширеніших механізмів утворення евфемізмів є лексична заміна, яка відбувається кількома способами:

1) шляхом вживання слів та словосполучень, які применшують негативну рису через висловлення лише часткової істини або через застосування описового перифразу, завдяки чому послаблюється насиченість значення і знижується категоричність: *to suspend aid* (відмовити у допомозі); *to encourage the government* (ім-

ліцитно йдеться про тиск із метою досягнення мети); *underprivileged residents* (бідні жителі); *to curb power* (усунути з влади); *donor fatigue* (небажання вносити благодійні внески). Так, смерть мирних жителів під час протистояння Ізраїлю та Палестини позначається евфемізмом *a tragic incident*. Проходить процес легітимації, при якому заходи, що за інших умов видались би аморальними, неприйнятними, в такій ситуації видаються цілком допустимими і виправданими;

2) через використання лексики з дифузною семантикою, завдяки чому розширюється об'єм референції та збільшується референційна невідзначеність. Типовими для статей є лексеми *mission, operation, action, activity, process, issue, problem, effort* тощо: *a wide range of issues, to resolve the nuclear issue, a critical aspect of the process, modest relief efforts*. Референт таких лексем доволі абстрактний та допускає інтерпретацію з різних ракурсів: *to go through a similar process* (йдеться про тиск на Іран погодитись на такі ж умови, на які колись погодилась ПАР); *to launch an operation* (про авіаудари Ізраїлю по території Палестини); *military actions* (про ракетний обстріл Палестини). Багатозначність слова дозволяє розкрити його евфемістичний потенціал. Звідси, наприклад, таке частотне використання лексеми *action*, яка має розпливчате значення і часто фігурує в різних контекстах, слугуючи засобом заміни інших понять та інструментом приховування справжніх намірів. Адресат власноруч домислить те, що імпліковано в контексті: *to demand action, action plan, military action, firm action against, direct action, decisive action, mass action* тощо. Широта семантики евфемізму дає змогу завуалювати негативний аспект явища, скеровуючи інтерпретацію адресата в потрібне русло та справляючи відповідний вплив;

3) шляхом уживання технічних, наукових та інших термінів для позначення звичних предметів та явищ. Так, використання технічної мови створює враження, що все під контролем, та додає об'єктивності, сприяє трактуванню інформації як неупередженої та надійної. Проте такі терміни часто приховують справжню сутність речей, адже оцінний ракурс інтерпретації зміщено з негативного до більш позитивного чи нейтрального плану: *nuclear arsenal* (атомна зброя); *human shield* (використання людей у цілях захисту); *collateral damage* (військовий евфемізм, що позначає загибель або поранення цивільного населення);

4) через застосування так званої вишуканої лексики, здебільшого слів іншомовного походження, часто застарілих, які мають поетичний

характер. Використання таких слів та словосполучень, з одного боку, дає змогу «розмити» внутрішню форму референта через його ускладнене розуміння адресатом, а з іншого – демонструє авторитет адресанта, з огляду на його доступ до інформації, більшу поінформованість та знання, а отже, більшу об'єктивність та довіру до висловленого: *in a parlous state* (замість знайомого *dangerous*); *promoting a modicum of calm* (замість *state*); *Haiti's travails* (замість *difficulties*); *neither the temblor, nor the tropical storm* (замість звичного *earthquake*); *depend on the acquiescence or distraction of governments* (замість *agreement*). Кількість таких лексем доволі значна, що, вочевидь, можна пояснити тим, що адресат зазначених видань освічений та ерудований.

Іншим засобом евфемізації, характерним для дискурсу редакційної статті, є використання ідіоматичних зворотів, які здебільшого перетворюються на метафори – метафорично концептуалізовані евфемізми. Відповідно до теорії концептуальної метафори Дж. Лакоффа та М. Джонсона, суть метафори полягає в розумінні й осмисленні явищ одного роду через явища іншого роду [11]. Метафора здатна справити як емоційний вплив на адресата, так і інтелектуальний, завдяки якому адресант, апелюючи до аналогій, асоціацій, заощаджує зусилля адресата, які потрібні, щоб опрацювати інформацію [12, с. 358–360], аналітично зважити усі аргументи і прийняти самостійне рішення.

Метафора уможливує здійснення прихованого впливу, який передбачає «декодування, усвідомлення та підсвідоме засвоєння імпліцитно вираженого змісту, тобто додаткових значень і експресивних відтінків», адже належать до «актуалізаторів вторинної інформативності», привертаючи увагу до форми та підштовхуючи адресата до читання між рядків [13, с. 37–40]. Так, метафора *to pull strings behind the scenes*, що утворена на основі двох ідіоматичних зворотів, побудована на метафоричній моделі театру, головними елементами якої є сцена та гра. Адресат ніби спостерігає за «виставою» та робить свої висновки. Такі метафори сприяють театралізації дійсності та допускають довільну інтерпретацію, оскільки незрозуміло, наприклад, про який вплив йдеться і як він відбувався. У формулюванні *the winds seem favorable* є метафора, створена на основі моделі природи, яка покликана представити процес для досягнення згоди між Іраном та США в позитивному ракурсі. У реченні *The only sure way to halt Iran's nuclear progress is to convince Iranians that they have more to gain from*

*taking the path of South Africa than the path of North Korea* тиск та санкції з боку США стосовно ПАР замовчано завдяки метафорі шляху, яка підштовхує адресата до очевидного вибору між «своєю» групою та «чужою», імплікуючи позитивну оцінку першої та негативну другої.

Метафора – доволі продуктивний засіб творення евфемізмів, оскільки дає змогу створити яскравий образ, розвинути сценарій, який дозволяє адресантові досягти кількох цілей: ускладнити зміст, унаслідок чого інтерпретація набуває багатозначного характеру; приховати певні аспекти, які позиціонуватимуть «свою» групу в невідгядному світлі; виокремити певні моменти, замовчуючи інші, тощо.

Ще одним прийомом евфемізації слугує літота, яка применшує або нейтралізує негативний аспект денотата через висловлення лише часткової істини. Типовими маніфестаціями літоти є стверджувальне висловлення шляхом заперечення: *they are not making progress* (зазначають невдачі); *with little prospect of education in the coming months* (жодної перспективи); *it is not likely that the world would ever trust Iran not to produce nuclear weapons* (нереальна перспектива); *with little advance notice* (без попередження). Так адресант залишає місце для більш позитивної інтерпретації негативного аспекту.

До того ж іноді спостерігаємо використання так званих «пом'якшувачів» (downtoners) – маркерів для згладжування негативного ефекту, які уможливають непряме та розмите висловлення думки: *slightly, kind of, to some extent, somewhat* тощо: *the reason is somewhat unclear*. Такі маркери збільшують референційну невизначеність.

На синтаксичному рівні суттєву роль відіграє використання пасивного стану як засобу мінімізувати відповідальність та приховати суб'єкта дії. Синтаксис речення відображає розподіл семантичних ролей учасників події порядком слів, різним функціональним співвідношенням елементів, використанням активних і пасивних форм. Шляхом застосування пасивних форм

адресант імплікує припущення про те, що джерело певного процесу знаходиться десь ззовні, суб'єкт дії невідомий або імпліцитний, натомість усуваючи провину або зміщуючи її на задній план, як це демонструє приклад: *More than 60 children in Gaza were killed, tens of thousands of people were displaced, and hundreds of buildings were destroyed or severely damaged*. З контексту зрозуміло, що Ізраїль відповідальний за усі зазначені дії, проте пасивна форма дає змогу знизити відповідальність, змістивши фокус повідомлення на об'єкти дій. У реченні *Even if Mr. Biden rolls back the Trump-era sanctions, a vast majority of U.S. sanctions will be left in place, leaving economic leverage that can be used to strike follow-on agreements* адресант не зазначає, хто залишить санкції та хто використовуватиме вплив, редукуючи суб'єкта дії – представника «свої» групи – та знімаючи з нього відповідальність.

**Висновки.** Редакційні статті – продуктивне середовище для творення та використання евфемізмів, адже ключова функція евфемізму – завуалювати явище, контекстуально створити ефект ввічливості, дати змогу зняти відповідальність, що зумовлено як чинником ввічливості, так і ідеологічними настановами. Багатогранна природа евфемізмів уможливорює їх розгляд не лише як засобів вторинної номінації, але і як когнітивного інструменту впливу на свідомість адресата через застосування низки як лексичних, так і синтаксичних засобів, що сприяє творенню нових смислів. З огляду на це деконструкція цих смислів стає украй важливим завданням, спрямованим на виявлення прихованих інтенцій адресанта та, як наслідок, запобігання викривленню фактів. Попри значну кількість праць, присвячених дослідженню евфемізмів, більшість дослідників зосереджується здебільшого на їхній функціональній та стилістичній природі. Зважаючи на це, подальшу розвідку можна було б спрямувати на глибший аналіз когнітивної природи евфемізму та його здатності видозмінювати наше бачення дійсності.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Burchfield R. An outline history of euphemisms in English. *Fair of Speech. The Uses of Euphemism* / Enright Dominique (Ed.). Oxford New York: Oxford University Press, 1985. P. 13–31.
2. Bolinger D. Language – the loaded weapon: the use and abuse of language today. London and New York : Longman, 1980. 214 p.
3. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. Москва : «Гнозис», 2004. 326 с.
4. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка. Москва : Высшая школа, 1989. 128 с.
5. Fowler R. Linguistics and the Novel. Uxbridge, United Kingdom : Routledge, 2017. 145 p.
6. Warren B. What euphemisms tell us about the interpretation of words. *Studia Linguistica*. Vol. 46. 1992. P. 128–172.
7. Ham K.L. The Linguistics of euphemism: a diachronic study of euphemism formation. *Journal of Language and Linguistics*. Vol. 4. 2005. P. 227–263.

8. Casas Gómez M. Towards a new approach to the linguistic definition of euphemism. *Language Sciences*. Vol. 31. 2009. P. 725–739.
9. van Dijk T.A. Discourse and power. New York : Palgrave Macmillan, 2008. 308 p.
10. Beaugrande de R. Linguistic theory : the discourse of fundamental works. New York : Longman Group UK Limited, 1991. 410 p.
11. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors we live by*. Chicago : Chicago University Press, 1980. 242 p.
12. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием в России сегодня. Москва : Алгоритм, 2001. 544 с.
13. Різун В.В., Непийвода Н.Ф., Корнеев В.С. Лінгвістика впливу. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2005. 148 с.

УДК 811.111'42

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2021.19.2.9>

## БРЕНД-СТОРИТЕЛІНГ: ДО ВИЗНАЧЕННЯ СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ТИПІВ ІСТОРІЙ БРЕНДУ

### BRAND STORYTELLING: DEFINING STRUCTURAL AND SEMANTIC ORGANIZATION AND TYPES OF BRAND STORIES

Ущатовська І.В.,

*orcid.org/0000-0001-9746-5581*

кандидат філологічних наук,

старший викладач кафедри германської філології

Сумського державного університету

Зубкова Ю.В.,

*orcid.org/0000-0003-0674-9576*

студентка II курсу магістратури

факультету іноземної філології та соціальних комунікацій

Сумського державного університету

У статті досліджено специфіку структурної організації бренд-сторітелінгу, який визначено як ефективний спосіб донесення інформації до реципієнта, що використовується в різних сферах життєдіяльності людини. Зазначено, що сторітелінг є мистецтвом комунікації шляхом передачі знань, оповідань, історій, які збуджують у реципієнта емоції та мислення. Сторітелінгом користуються копірайтери, журналісти, письменники, маркетологи. Місія сторітелінгу – захопити увагу з першої секунди і тримати її протягом всієї розповіді, викликаючи в читача або глядача симпатію до об'єкта цієї оповіді, та через симпатію донести до аудиторії основну думку.

У наш час, коли суспільство поринуло у величезну кількість інформації, дані і цифри, історії, які здатні викликати емоції, привертають більше уваги і викликають більше довіри в людей. Комунікація бренду та клієнтів здійснюється шляхом нарративу, історії бренду. Вона зображує основну суть іміджу компанії та емоційно пов'язує компанію зі споживачем. Сторітелінг може бути як підходом у конкретному проєкті, так і способом написання та створення повідомлень шляхом поєднання особистих та існуючих історій із розповіддю про бренд. У світі, де людей поділяють за кольором шкіри, національністю, політичними поглядами та віруваннями, історії об'єднують і створюють відчуття спільності.

Таким чином, сторітелінг є важливим компонентом побудови бізнесу, маркетингової компанії, донесення історії бренду клієнтам тощо. Під час створення історії сторітелер має брати до уваги її актуальність, доречність лексичних структур, щирість, емоційність, грамотність, доречність та правдивість інформації. Крім того, не треба забувати і про приналежність тематики історії цільовій аудиторії, сюжет, його герої та деталі. Лише тоді сторітелінг зможе зміцнити абстрактні концепції та спростити складні повідомлення.

**Ключові слова:** сторітелінг, бренд, історія бренду, нарратив, структура, розповідь, комунікація.

The article presents the specifics of the structural and semantic organization of brand storytelling. Storytelling is defined as an effective way to convey information to the recipient, which is used in various spheres of human life. Storytelling is defined as the art of conveying instructive information by transmitting knowledge, stories, and narratives that excite the recipient's emotions and thinking. Copywriters, journalists, writers, marketing specialists, use storytelling. The mission of storytelling is to capture attention from the first second and keep it throughout the story, arousing sympathy in the recipient for the object of this story and, through sympathy, to convey the main idea to the audience.

These days, when society is overwhelmed with a lot of information, data and figures, stories can evoke emotions, attract more attention, and inspire more trust in people. Communication between the brand and customers is carried out through the narrative, the history of the brand. It depicts the essence of the company's image and emotionally connects the company with the consumer. Storytelling can be both a project-specific approach and a way to write and create mes-