Iulian Boldea, Cornel Sigmirean (Editors)
MULTICULTURAL REPRESENTATIONS. Literature and Discourse as Forms of Dialogue
Arhipelag XXI Press, Tîrgu Mureș, 2016
ISBN: 978-606-8624-16-7
Section: Language and Discourse

TABOO EUPHEMISMS VS. REGULAR EUPHEMISMS

Oxana Chira

Assoc. Prof., PhD, "Alecu Russo" University of Bălți, Moldova

Abstract: We can distinguish taboo euphemisms from regular euphemism, depending on the reason for using euphemisms. Taboo euphemisms are based on superstition or religious prohibition. Most euphemisms of this type have appeared out of fear. In such a way, the speaker believed that he drove away negative phenomena only by substituting the word "devil" by diavol, demon, satană, necuratul, Aghiuță, Anticristul, ucigă-l crucea, ucigă-l toaca, păcatul, ucigă-l tămîia, cel cu coadă, cel cu coarne; "cancer" by o boală incurabilă, ducă-se-pe-pustii, boala păcatelor; "epilepsy" by boala neagră. Regular euphemisms are based on reasons to avoid rude and offensive word combinations or mitigate direct expressions, which can cause harmful or hurtful labels for the receivers: gander for „prost, nerod"; prudent for „fricos"; laberman for „onanist"; senior for „bătrîn".

Keywords: euphemism, classification of euphemisms, lexical creativity, lexical innovation, language prohibition, occasionalism, dysphemism, taboo.

Clasele de eufemisme au caracter deschis și, uneori, suprapus. Astfel, R. Budagov, îmbinînd diferențele diastratice și cele diafazice, separă eufemismele în două clase mari: *eufemisme literare* și *eufemisme argotice*. La prima clasă, cercetătorul atribuie eufemismele care au funcția de atenuare, precum ar fi vîrstă respectabilă pentru „bătrîn". Aceste eufemisme, după cum afirmă autorul, pătrund în limba literară și îmbogățesc vocabularul, extind polisemia, sporesc numărul omonimelor etc. Celălalt tip de eufemisme, numite argotice, reprezintă utilizări în locul unor cuvinte „incomode". De obicei, la astfel de eufemisme se recurge atunci cînd, aparent, nu sînt necesare substituirile (de exemplu, în sec. al XIX-lea. în Rusia, se utilizau eufemismele mi-am curățat nasul sau am folosit băsmăluța).

Luînd în considerare faptul că eufemismele se utilizează în anumite contexte, R. Budagov mai distinge o grupă aparte de eufemisme, numite *contextuale*. Acestea, fiind mult mai complexe, sînt determinate de „condițiile unui anumit context sau de caracterul acelei persoane care își exprimă gîndurile. Ele apar în discurs în mod constant și au toate proprietățile eufemismelor, dar nu au o reproductibilitate de-a gata" [Будагов, p. 115].

Găsim rezonabil a invoca şi observaţiile cercetătoarei germane R. Rada privind distincția dintre *eufemismele uzuale* și *eufemismele create ad-hoc* (sau ocazionale) [Rada, p. 87]. Insistînd asupra deosebirilor dintre aceste două tipuri de eufemisme, autoarea constată că primul tip face parte din vocabularul de bază și este înregistrat în sursele lexicografice, în timp ce al doilea tip este utilizat spontan și are impact eufemistic doar într-un anume context situativ, fără șanse de a se încetăți în limbă. În legătură cu acest tip de eufemisme, invocăm și observațiile lui É. Benveniste care menționa că „numai situația determină eufemismul și, în funcție de faptul dacă ea este tipică sau accidentală, formează tipul expresiei eufemistice în conformitate cu normele unei sau altei limbi" [Бенвенист, p. 372].

În fine, amintim și de clasificarea lui S. Luchtenberg care evidențiază două clase, în funcție de intențiile vorbitorului: *eufemisme atenuante* și *eufemisme de dezinformare*

BDD-V4343 © 2016 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-18 22:00:19 UTC)

(manipulare). Eufemismele atenuante sînt reprezentate de o „exprimare social condiționată, prin intermediul căreia aspectul indecent al unui cuvînt sau concept este atenuat sau este redenumit, folosindu-se un alt aspect, inatacabil", pe cînd „eufemismele de manipulare sînt cele care nu au drept scop menajarea sentimentelor receptorului. Din păcate însă, constată cercetătorul, deosebirea dintre eufemismele atenuante si cele de manipulare nu este întotdeauna posibilă în realitate" [Luchtenberg, p. 368-370]. În același context, cercetătoarea I. Druță constată pe bună dreptate că manipularea „poate avea și efecte benefice, nu numai nocive: în negocieri, în terapia verbală, în strategiile de marketing, în relațiile dintre prieteni/îndrăgostiți etc." [Druță, p. 119].

Pornind de la fenomenul tabu, lingvistul german C. Wanzeck divizează eufemismele, de asemenea, în două clase mari generale: *eufemisme convenționale* și *eufemisme motivate pragmatic*. Cuvintele din domeniul tabu (al corpului, morții, maladiilor etc.) sînt considerate eufemisme convenționale, întrucît ele reprezintă convenții sociale. Eufemismele motivate pragmatic sînt utilizate însă în situațiile cînd vorbitorul vrea să camufleze adevăruri neplăcute. În categoria eufemismelor pragmatice, sub aspect cantitativ, prevalează eufemismele din sfera politică și economică) [Wanzeck, p. 82-83].

Generalizînd observațiile existente pe marginea clasificării eufemismelor și luînd în considerare diversele criterii, putem contura o tipologie complexă, cu mai multe niveluri și fundamente ale clasificării eufemismelor. În acest articol ne vom opri la eufemismele tabuistice și la cele netabuistice, în funcție de motivul utilizarii lor. *Eufemismele tabuistice* sînt eufemismele care au la bază o superstiție sau o interdicție religioasă. Această utilizare se explică prin frica în faţa puterii necurate sau prin superstiţiile ce interzic rostirea numelui „necurat". Pentru lexemul drac, dicționarele înregistrează sinonimele încornoratul, diavol, demon, tartor, naiba, satană, Scaraoțchi etc. Deseori, numele drac e pus în opoziție cu numele lui Dumnezeu: *Anticristul, ucigă-l crucea, ucigă-l toaca, păcatul, ucigă-l tămîia*. Altele conțin o caracteristică specifică animalelor: cel cu coadă, cel cu coarne, şarpele cel vechi. Nu puține denumiri conțin negaţia pentru a scoate în evidenţă imaginea negativă a diavolului (*nemilosul, necuratul, nepriitorul, neprietenul, nefîrtatul*) sau sînt diminutivele pentru a diminua frica faţă de existenţa diavolului (*mititelul, Michiduţă, Aghiuţă*). Vorbitorul a denumit în cele mai diverse moduri ființa malefică, evitînd lexemele diavol sau drac. Consemnăm și formele dialectale *şeitan, şotcă, spurc* în Transilvania şi Banat, *carcandilă, bedă* în Transilvania şi Moldova, precum și compusele *ducă-se-pe-pustii, cel-din-baltă*. Unele eufemisme care substituie lexemul drac sînt nume proprii: *Lucifer, Scaraoţchi, Nichipercea, Sărsăilă, Michiduţă*. Numărul mare de termeni demonstrează că vorbitorul are intenţia din cele mai vechi timpuri de a evita tabuul religios *drac*.

În folclorul românesc, există o ființă supranaturală care este menită să facă rău oamenilor – Ielele. Pentru a le îmbuna, sînt create o serie de eufemisme: *Fetele cîmpului, Frumuşelele, Mîndrele, Fetele lui Şandru, Vîntoasele, Milostivele, Cinstitele, Harnicele, Miluitele* etc.

Vorbind despre superstiţii, observăm că la multe popoare, inclusiv la români, persistă frica de a pronunţa numele de botez, considerîndu-l nume sfînt. Din acest considerent, apare numele dublu. Dacă omul se îmbolnăvea, era rebotezat cu alt nume, crezîndu-se că astfel va rămîne în viaţă şi va minţi moartea care, se presupunea, îl căuta. „Adesea se ţine secret chiar numele personal, pentru ca duşmanul sau duhurile rele să fie păcălite prin destinaţii schimbate" [Caraioan, p. 92]. Deci superstiţiile devin un motiv pentru crearea eufemismelor, deoarece a rămas ideea din Antichitate că rostirea numelui-tabu era considerată deja drept realizarea unui act interzis.

BDD-V4343 © 2016 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-18 22:00:19 UTC)

Ajunşi în secolul al XXI-lea, în pofida dezvoltării societății, mulţi continuă să creadă în superstiţii, mai ales în cele legate de moarte sau anumite boli: *boală neagră* pentru „epilepsie", *boala lu*ngă pentru „tifos", *boala seacă* pentru „tuberculoză". În secolele trecute se credea că fiecare boală are demonul ei și numele lor era destul de variat precum *Afurisitul, Apucatul, Arapul, Buzatul, Colțatul, Diochiatul* etc. Pentru „ciumă" există, într-un mod aparte, diverse eufemisme: *Buboasa, Alba, Frumoasa sau Maica Bătrînă, Teleleica, Boala turcilor, Maica bolilor, Maica Călătoare, Maica calea* etc. [Candrea, p. 165]. Confundîndu-se deseori cu moartea, „ciuma" e substituită printr-un număr mare de eufemisme. O altă boală, personificată din cele mai vechi timpuri prin eufemismele *Lelița sau Mătușica*, este „frigurile" căreia „nu i se spune pe nume căci se tem să nu-i scuture" [ibidem, p. 171].

În secolul trecut, s-a depistat o altă boală – „cancerul", care se manifestă ca și „ciuma" și de care vorbitorii au frică, numind-o: *ducă-se-pe-pustii, ducă-se de la noi, ducă-se cu noaptea, mai departe de noi, boala păcatelor, plata păcatelor, pedeapsa Domnului* etc. Religia încearcă să tămăduiască „cancerul" prin rugăciuni, mărturisire și post negru, fapt care confirmă ideea că unele boli sînt considerate că vin prin magia neagră (diavol). Nu în zădar se zice că, „dacă te molipsești de vreo boală, nu te deznădăjdui și nu te împuțina cu duhul, ci mulțumește-i lui Dumnezeu, că El se îngrijește ca să-ți procure prin această boală un bine" (http://www.crestinortodox.ro, vizitat 11.09.2014).

Și „moartea" a rămas un mister în toate timpurile şi în toate comunităţile umane: „În gîndirea magică, bazată pe cratofanie, pronunţarea unui cuvînt are drept consecinţă prezenţa efectivă a obiectului pe care-l denumeşte; a rosti deci numele unei persoane moarte, înseamnă a invoca spiritul acesteia, fapt care poate avea consecinţe dramatice" [Seiciuc, p. 108]. Din aceste motive la noi, la români, dacă vorbim de un răposat, evităm orice lexem care ar conține rădăcina mort. De exemplu: „Bunelul Vasile, Dumnezeu să-l ierte, cînd era tînăr lucra la primăria satului", dar nu spunem „Bunelul Vasile, care e mort, cînd era tînăr lucra la primăria satului". În anunţurile despre decese, de regulă, citim: „A fost petrecută pe ultimul drum"; „Dumnezeu să te odihnească în pace!"; „Inima a încetat să bată" (www.gandul.info.ro, vizitat 05.11.2010). Pentru comparație, anunţurile la rubrica „Decese" din ziarele germane diferă de cele din Republica Moldova sau România: la nemţi anunţurile de deces sînt scrise deseori de însăși persoana respectivă în timpul vieţii, fără să se indice data morţii. La noi însă, se practică o altă „experiență": presupunem că din cauza superstiţiilor, nimeni nu-şi „anunță" decesul. Nu în zadar se spune din cele mai vechi timpuri: „Dacă îţi faci sicriu, vine moartea după tine". Ideea că există viaţă după moarte a dat naştere la un număr şi mai mare de eufemisme metaforice. De exemplu: „Astfel că-mi venea greu să înțeleg dacă e bine sau e rău cînd se moare. Pentru că «lumea cealaltă» pentru noi, copiii, era/însemna doar paradis" (Butnaru 2008, p. 55); „Chiar şi atunci cînd îmi voi da duhul, mi-l voi da cu o întrebare: «Doamne, nu s-ar putea cumva, altfel?»" (Busuioc 2011, p. 244).

Eufemismele netabuistice sînt eufemismele care au la bază motive de a evita exprimările brutale, jignitoare sau de a atenua exprimările directe, ce pot provoca etichetări dăunătoare sau leza sensibilitatea receptorilor. Deseori, asistăm la o retabuizare a societății datorată interdicțiilor lingvistice. Limbajul politic și economic tabuizează realitățile netabuistice, făcîndu-se uz de eufemizarea forțată, prin interzicerea folosirii unor structuri lexicale existente în limbă în mod tradițional. Despre această determinare, despre intervenția conștientă a vorbitorului în utilizarea ne mărturisesc textele publicitare: se creează impresia că există persoane care se ocupă, în mod special, de strategiile de publicitate privind inventarea termenilor în vederea menținerii stării de spirit pozitive a clienților și a acționarilor. De regulă, termenii care au o conotație negativă sînt înlocuiți prin eufemisme de afaceri. Acest

BDD-V4343 © 2016 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-18 22:00:19 UTC)

fapt este vizibil în anunțurile publicitare ce urmăresc, de fapt, o strategie specifică anunțurilor – cea de a oferi ceva și de a convinge receptorul că acceptarea ofertei îi avantajează.

Utilizarea eufemismelor în anunțurile publicitare în scopul realizării produselor trădează respectul ofertantului: *maturizarea precoce a tenului* pentru „îmbătrînirea tenului", *produs destinat igienei intime pentru femei* pentru „tampoane pentru femei", *produs destinat igienei pentru bărbați* pentru „prezervativ", *cremă Anti-Age* pentru „cremă contra îmbătrînirii", *fixarea dentară* pentru „înlocuirea dinților", *dantură mobilă* sau *dantură falsă* pentru „proteza dentară", *bio fresh spray bucal* pentru „spray împotriva mirosului neplăcut al gurii", *spray antiperspirant* pentru „spray contra transpirației excesive" etc. În reclamele publicitare se optează pentru formulări cît mai originale și irepetabile, dar care, în același timp, să permită receptorului să anticipeze intenția emițătorului și să identifice sortimentul propus.

Deseori, eufemizarea camuflează unele situații reale din societate, cum ar fi concedierile, reducerea costurilor, majorarea prețurilor, micșorarea salariului etc. Totodată, eufemismele creează, de multe ori, confuzie. Astfel, în procesul de vînzare, se evită pronunțarea cuvintelor, precum preț, a majora, a cumpăra sau bani și se utilizează sintagme precum *a investi într-un produs, banii investiți,* obținînd, în schimb, *resurse, alocații, sprijin* etc. Cercetarea insuficientă a eufemismelor din limbajul specializat sau, mai degrabă, neacceptarea utilizării lor, nu înseamnă o neglijare a limbajului specializat de către cercetători, ci, mai degrabă, o utilizare improprie a limbii.

Dacă cineva intenționează să explice un termen, să clarifice o situație, să evite numele real al cauzei, el, implicit, pune în evidență intenția de a camufla, deci de a utiliza un limbaj secret. Sub acest unghi de vedere, limbajul economic eufemizat poate fi calificat drept limbaj specializat, similar celui al infractorilor, elevilor, studenților, soldaților etc. De exemplu: „Contabilitatea creativă şi managementul rezultatului sînt eufemisme care se referă la acele practici contabile care deviază de la standardele contabile şi se caracterizează prin folosirea de noi şi inteligente mijloace de a determina veniturile, datoriile şi creanţele, conducînd la politici de manipulare a rezultatelor" (Revista de investigare a criminalităţii, 2012, nr. 1, p. 54). Eufemismele din sfera economiei aparţin limbajului specializat şi ţin de modernizarea, aprecierea şi respectarea, totodată, a paralelismului de sens (de exemplu, aceeași angajată *baby sitter* îndeplinește funcția unei „dădace", *agent imobiliar* – funcția unui „vînzător de case/apartamente", *merchandiser* – funcția unui „distribuitor", *funcționar la Salubritate* – funcția unui „gunoier", *funcționar la Pompe Funebre* – funcția unui „gropar", *manager* – funcția unui „administrator"): „Pînă şi portarii de acolo ajung door manageri!" (Dilema Veche, 17-23 iunie 2010, p. 2): door manager – funcția unui „portar"; „Cum, la fel, dacă ai nevoie de un creator de modă care să-ți spună cum să-ți asortezi tenișii cu sacoul cînd ieși din Centrul Vechi să agăți gagici buzate, îți meriți propriul tău designer vestimentar" (Academia Cațavencu, 13-19 decembrie 2013, p. 17): *designer vestimentar* pentru „croitor".

Utilizarea eufemismelor demonstrează că vorbitorul sfidează în mod conștient postulatul unei comunicări univoce, întrucît eufemismul, prin însăși menirea sa, trebuie să creeze echivocitate, confuzie, incertitudine semantică cu scopul de a evita descrierea directă a unor sau altor realități. Eufemismele tabuuistice și eufemele netabuistice se prezintă pentru cercetători drept un material inepuizabil de cercetare în virtutea naturii lor extralingvistică. În opinia lui E. Coșeriu, „tabuul lingvistic reprezintă însă doar un aspect al fenomenului mai amplu numit interdicția de vocabular, care se datorează nu numai unor superstiții, ci și unor rațiuni de natură emotivă sau socială, unor rațiuni de educație, politețe, bune maniere, decență, amabilitate etc." [Coșeriu, p. 190].

BDD-V4343 © 2016 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-18 22:00:19 UTC)

BIBLIOGRAPHY

Busuioc A. În căutarea pierderii de timp. Chişinău: Editura Prut Internaţional, 2011. 244 p.
Butnaru L. Copil la ruși. București: Editura Ideea Europeană, 2008. 236 p.
Candrea A. Folclorul medical român comparat: privire generală, medicină magică. Iași: Editura Polirom, 1999. 448 p.
Caraioan P. Geneza sacrului. București: Editura Ştiinţifică, 1967. 152 p.
Coșeriu E. Omul și limbajul său. Iași: Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2009. 465 p.
Druță I. Contribuții la studiul manipulării prin cuvînt. În: Distorsionări în comunicarea lingvistică, literară şi etnofolclorică românească şi contextul european, Iaşi, 2009, p. 115-120.
Luchtenberg S. Euphemismen im heutigen Deutsch. Inauguraldissertation zur Erlangung der Doktorwurde der Philosophischen Fakultät der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universitat. Bonn, 1985. 299 p.
Rada R. Tabus und Euphemismen in der deutschen Gegenwartssprache. Budapest: Akadémiai Kiadó, 2001. 212 p.
Seiciuc L. Un alt fel de a nu spune: Eufemism şi disfemism în limbile romanice. Suceava: Editura Universității „Stefan cel Mare”, 2011. 277 p.
Wanzeck C. Lexikologie: Beschreibung von Wort und Wortschatz im Deutschen. UTB: Vandenhoeck&Ruprecht, 2010. 191 p.

Бенвенист Э. Общая лингвистика. Москва: Прогресс, 1974. 446 с.
Будагов Р. А. Введение в науку о языке. Москва: Добросвет, 2003. 544 с.

BDD-V4343 © 2016 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-18 22:00:19 UTC)