

# ROLUL LINGVISTICII ÎN DETERMINAREA TERMINOLOGII NOI - TERMINOLOGIA COMERȚULUI ELECTRONIC

MARIANA COANC  
Universitatea Româno-Americană  
București

## 1. Noi tendințe terminologice – terminologia profesională

Analiza *terminologiei din comerțul electronic* (TCE) are în vedere aspectul normativ (prin natura domeniului), dar aplică și principiile lingvisticii care arată statutul și specificul acestei terminologii. Având o perspectivă unitară, investigarea întreprinsă în această lucrare pentru *terminologia din comerțul electronic* a presupus o analiză prin segmentarea strictă a domeniilor și prin precizarea obiectului și metodelor de cercetare. Importanța transferului cunoștințelor și schimburile comerciale au ajutat comunicarea specializată să devină foarte importantă în mediul de afaceri actual. Cine vorbește despre comunicare specializată, vorbește despre terminologie, sau despre: 1) limbajul unui domeniu; 2) activitatea care analizează, creează și dă formă limbajului unui domeniu (numită și terminologie); 3) disciplina care definește fundamentele teoretice ale terminologiei (Cabré 1999; Bidu-Vrânceanu 2007: 203-244; Bidu-Vrânceanu 2010).

Modificarea sistemelor conceptuale și a terminologiei poate fi posibilă prin utilizarea cunoștințelor profesionale și lingvistice. Utilizarea unui sistem unic de terminologie într-o limbă este dată doar de definiții corecte și precise, adecvate nivelului științific de astăzi. Reînnoirea terminologiei ar trebui să se bazeze pe o cooperare largă cu diferite domenii științifice: printre instrumentele terminologiei, noile tehnologii (calculator, internet, multimedia etc.) ne permit nu doar o activitate mai ușoară și mai rapidă, ci și elaborarea unor principii diferite în funcție de care vor fi elaborate metode noi de lucru (Cabré 1999: 199-201).

Prin interpretarea diverselor probleme teoretice și practice, am vrut să subliniem *rolul lingvisticii în interpretarea sensului specializat* pentru facilitarea accesului ne-specialiștilor la el. Datele, în particular cele lingvistice despre *limbajul din comerțul electronic* sunt relevante și au fost obținute în urma analizei *paradigmatice* (definiții și relații de sens) și a analizei *sintagmatice* (independența sau tipurile de dependență față de context).

Cu toate că *limbajul din comerțul electronic* nu este unul științific, ci unul tehnic, profesional, cu mare impact social, prezența comerțului electronic pe rețelele de socializare (*social e-commerce – comerț electronic pe rețele de socializare*) justifică evoluția acestei terminologii care prezintă un dinamism aparte la nivel internațional și care este caracterizată printr-o ierarhie conceptuală strictă, ce condiționează precizia și univocitatea. *Deschiderea codurilor (laicizarea cunoașterii)* este mai mică și mai limitată, deoarece TCE se adresează consumatorilor reprezentativi de un public eterogen și implică anumite modalități de acces care

în de cooperarea subdomeniilor din comerul electronic, pentru realizarea *tranzacțiilor comerciale pe internet*.

Procesul de sistematizare terminologică reprezintă o oportunitate pentru a promova o idee teoretică despre trăsăturile esențiale ale limbajului comerului electronic, în comparație cu trăsăturile care apar în, în general, limbajelor specializate. Limbajul comerului electronic a relevat o serie de aspecte speciale ca, de exemplu, monoreferențialitatea și transparența, tentativa de a evita orice ambiguitate în furnizarea informațiilor, folosirea permanentă a denumirilor noi (prin derivare, compunere, sigle etc.), raportul constant de schimb de termeni cu limba de bază – engleza – și cu alte limbaje specializate.

De asemenea, am combinat criteriile extralingvistice cu ilustrații lingvistice, ceea ce determină premisa care urmează să fie demonstrată în lucrare, și anume că TCE nu este o terminologie științifică, ci una profesională, aplicativă, elaborată de experți de informatică și marketing pentru cei interesați (consumatorii din întreaga lume) de practicarea unui nou tip de comerț.

## 2. Rolul lingvisticii în determinarea TCE

Rolul lingvisticii în terminologie este semnificativ, iar analiza lingvistică ajută la descrierea terminologiei: „Lingvistica poate contribui la caracterizarea *individual* sau *comparativ* a unor terminologii, pentru a le stabili atât *specificul*, cât și *problemele de interes general*” (Bidu-Vrănceanu 2010: 25).

Analiza lingvistică presupune două piste de cercetare:

a. din punct de vedere teoretic și metodologic, s-au adoptat principiile terminologiei descriptive, care are ca obiectiv descrierea lingvistică a unor terminologii;

b. cercetarea sincronă a început de la *Lexicul Panlatin de comerț electronic* elaborat de Realiter, *Rețeaua Panlatină de Terminologie*, a cărei activitate implică investigarea domeniilor interdisciplinare noi, iar principalul obiectiv al acesteia este acela de a asigura dezvoltarea armonioasă a limbilor românești, luând în considerare originea lor comună, faptul că recurge la modalități lexicale comune și că utilizează elemente asemănătoare de formare a cuvintelor. Pentru completarea și confruntarea acestuia am găsit o manieră determinată de alcătuire a unui corpus de texte electronice, din care am selectat termenii supuși analizei, înănd cont de *frecvența și reprezentativitatea unor termeni în texte electronice de o specializare medie*. Frecvența *mai mare* a unor termeni de comerț electronic, precum numele de domeniu COMER ELECTRONIC, MAGAZIN ELECTRONIC, PLAT ELECTRONIC, demonstrează că **terminologia din comerțul electronic** este foarte importantă pentru specialiști, sub aspectul său *profesional*, dar și pentru consumatori sub aspectul *utilitar* (prin vânzarea-cumpărarea de produse de pe internet).

Analiza lingvistică se bazează pe principiile de alcătuire a corpusului și, prin urmare, există o relație reciprocă, de dependență între corpus și scopul cercetării. Analiza din perspectivă lingvistică a TCE, nu se putea obține fără un *corpus de texte electronice*, din două motive: în primul rând, analizând termenii la întâmplare, termenii care denumesc concepte fundamentale ar putea fi omiși. În al doilea rând, *corpusul electronic* reprezintă o sursă fiabilă de informare, întrucât poate să conțină multe texte care reflectă uzul *terminilor din comerțul electronic* (Baroni, Kilgarriff, Pomikálek, Rychlý 2006: 247-252). Pe de altă parte, investigarea corpusului electronic reprezintă o abordare de mare interes în analiza lingvistică a terminologiilor românești. Astfel, pentru a face distincția între *terminologiile românești „tari”* și cele „slabe” se pot face aprecieri bazate pe satisfacerea criteriilor lingvistice. În plus, înem cont de faptul că între diverse terminologii „tari”, care satisfac în forme și grade diferite precizia în

exprimarea sensului specializat, există variații care fac ca tipologia să nu fie categorică (Bidu-Vrnceanu 2007: 203-244).

Corpusul Realiter (*Lexic Panlatin de comer electronic*) și corpusul format din texte electronice reprezintă baza *analizei lingvistice* a TCE, pentru stabilirea metodelor de lucru și, nu în ultimul rând, pentru obținerea rezultatelor.

Ulterior, am efectuat o analiză sintagmatică și paradigmatică a unităților terminologice, pentru a obține datele lingvistice care alcătuiesc particularitățile TCE. S-a constatat că acele criterii necesare interpretării unităților terminologice complexe pot varia în funcție de diverse domenii științifice și tehnice. Pe axa sintagmatică am urmărit recurența grupului, specificul și coeziunea semnificației, condiții care duc la stabilitatea unității complexe. Am analizat *sintagmele* întâlnite frecvent în diferite tipuri de texte electronice și am analizat și sintagmele susceptibile de a avea statut de termen, verificând dacă prin segmentarea unui grup au loc efecte asupra semnificației (Bidu-Vrnceanu 2010: 22). *Sintagmele fixe* reprezintă un factor de dezambiguizare semantică și exprimă varietăți conceptuale, precis diferențiate (PLAT ELECTRONIC, MAGAZIN ONLINE).

*Terminologia din comerul electronic* apelează la termeni din alte discipline (informatic, marketing, economie) pe care îi utilizează numai în sintagme. Transferul se bazează pe analogii care favorizează exprimarea unui *sens nou*. Astfel, TCE nu apare în poziția de „donator”, aceasta apare doar în poziția de „receptor”.

Definirea interconceptuală s-a dovedit a fi necesară în cazul termenilor COMER și COMER ELECTRONIC pentru a vedea dacă se impune aceeași caracteristică a relațiilor conceptual-semantice din domeniul economic. S-a constatat că ambele definiții pot fi accesibile nespecialiștilor, iar sensul poate fi asimilat și de un nespecialist (Bidu-Vrnceanu 2007: 29-31; 49-57). Am întreprins o analiză a modalităților de exprimare a TCE și a cum apar în sursele românești, a relațiilor dintre termenii simpli și unitățile lexicale complexe, insistând asupra preferințelor majore pentru ultima categorie, ca fiind o particularitate a acestei terminologii. Am evidențiat și rolul important al prefixoidelor specifice, cu înregistrarea lor și ilustrarea prin exemple relevante (Stoichițoiu-Ichim 2006: 83-115). Un rol semnificativ îl au termenii care conțin elemente de compunere savantă (prefixoidul *e-*, *cyber-*), întrucât acestea precizează sensul de comer electronic, ceea ce reprezintă o altă particularitate a TCE. Prefixoidul *e-* este cel mai reprezentativ în corpusul TCE și este singurul prefix care pune eticheta acestui *nou tip de comer – comerul electronic*, delimitând astfel *comerul tradițional de comerul electronic*.

Sub aspect etimologic, prefixoidul *e-* este un împrumut neologic din engleză și are circulație internațională. Astfel, elementele sintagmelor respectă ordinea sintactică **electronic + N** din engleză, care mai târziu a fost prescurtată și a devenit **e- + N**. A doua formă a fost preluată în româna actuală, datorită funcției sale internaționale. Am constatat că, de cele mai multe ori, cratima este indispensabilă. De exemplu: E-COMMERCE, E-TAILING, E-PROCUREMENT, E-SIGNATURE, E-BUSINESS, E-TRANSACTION, E-LIBRARY, E-LICITĂȚIE, E-MAGAZIN, E-ACHIZIȚIE, E-SEMNTUR, E-PUBLICITATE). Trebuie să menționăm că, fără acest prefixoid nu apare sensul de comer electronic al termenilor. Aadar, acesta este indispensabil pentru TCE, în vederea exprimării sensului de comer electronic. Astfel, în TCE, termenii care conțin prefixoidul *e-* sunt calcule din engleză și au aceleași trăsături morfologice cu cele din engleză (toți termenii de comer electronic care apelează la acest prefixoid sunt substantive neutre și feminine), câmpurile nominale fiind identice și desemnează concepte de bază ale comerului electronic. Totodată, prefixoidul *e-* poate fi înlocuit cu echivalentul său *electronic*, termenii rezultați fiind sintagmatici, respectându-se ordinea determinat – determinant (**e- + N** devine în română **N + electronic**): ACHIZIȚIE

ELECTRONIC , APROVIZIONARE ELECTRONIC , AFACERI ELECTRONICE, BANCNOT ELECTRONIC , CATALOG ELECTRONIC, COMAND ELECTRONIC .

### 3. Dinamica TCE prin împrumuturile din englez

Alte procedee actuale în dinamica lexicală și terminologică, precum *trunchierea* sau *siglarea* sunt detaliat prezentate și apar relevante pentru această *terminologie*. Dinamica *siglelor* în TCE prezintă un interes aparte, iar preferința pentru *siglele* din englez este remarcabilă (Stoichi și Ichim 2006: 121-136). *Siglele* sunt împrumuturi necesare din englez, transferurile lingvistice cele mai reprezentative fiind, fără îndoială, siglarea ludică care exprimă *formele de comerț electronic*:

**B2C** (business-to-consumer) - acest model de comerț electronic își concentrează activitatea asupra companiilor care vând la cumpărători individuali – persoane fizice (conform Wikipedia).

**B2B** (business-to-business) - acesta este un model de comerț electronic în care toți participanții sunt companii sau alte organizații (conform Wikipedia).

**C2B** (consumer-to-business) - acest model de comerț electronic se referă la persoanele fizice (consumatori) care utilizează Internetul pentru a-și vinde produsele sau serviciile firmelor și pentru a cumpăra vânzătorii care solicită pentru produsele sau serviciile de care au nevoie (conform Wikipedia).

Reprezentarea prin *siglă* a unor *termeni de comerț electronic* contribuie la monosemantism și precizie. Tot din punct de vedere lingvistic, putem spune că aceste sigle asigură economia de expresie, motivarea noii formații lexicale, funcția denotativă și distinctivă. Siglele pot abrevia bazele aparținând altor domenii și exprimă, pe această cale, termenii proprii domeniului comerț electronic. În acest sens, am remarcat rolul **domeniilor economie, informatică și marketing**, precum și multe sigle care apar în subdomeniile comerțului electronic: *plățile electronice, securizarea tranzacțiilor electronice și publicitatea electronică*.

**Bill Payment Provider (BPP)**: agent (de obicei o instituție financiară) al facturatorului care inițiază și acceptă plățile în numele facturatorului;

**Bill Service Provider (BSP)**: agent al vânzătorului care furnizează o factură electronică prezentând și plățind serviciul pentru acesta;

**Electronic Cash Register (ECR)**: sistem care funcționează mai eficient în cazul afacerilor mari cu înregistrări multiple în locații unice sau multiple. Furnizează o legătură directă de la computer la computer între hostul First Data și hostul comerciantului (conform Link2Ecommerce).

Originea engleză (și în general, caracterul internațional) al multor *termeni* din LCE reprezintă o altă *caracteristică* rezultat din descrierea făcută. Un loc special în exprimarea termenilor din LCE îl are exprimarea sintagmatică, importantă pentru interpretarea interdisciplinară a termenilor. **Termenii complecși** sunt foarte bine reprezentați de **sintagme cu centru identic**: REEA CU VALOARE ADUGAT, REEA DE COMUNICARE PRIVAT, REEA DESCHIS PE INTERNET, REEA EXCLUSIV, PRODUS ELECTRONIC, PRODUS ORIZONTAL, PRODUS VALIDAT; **sintagme cu determinant identic**: LICITAȚIE ELECTRONICĂ, MAGAZIN ELECTRONIC, MONEDĂ ELECTRONICĂ; BANI ONLINE, CATALOG ONLINE, CLIENT ONLINE.

De asemenea, *sintagmele terminologice interdisciplinare* reprezintă o altă particularitate a TCE. Prin adugarea unor *componente* de sens noi, proprii domeniului (*componenta online din engleză*), și prin mijloace formale explicite (de exemplu, prefixoidul

e- care reprezintă prescurtarea adjectivului din limba engleză (*electronic*), asistăm la o reconceptualizare care se face prin *hiponime*, *hiperonimele* fiind când parte dintr-un alt domeniu, iar distanța semantică între termenii utilizați este relativ mică (de exemplu, CUMPRĂTOR ELECTRONIC, COMERȚ ELECTRONIC, E-COMMERCE, E-MONEY, E-PROCUREMENT, PLAT ONLINE, MAGAZIN ONLINE).

*Exprimarea sintagmatică și exprimarea prin sigle* reprezintă o particularitate importantă a TCE, deoarece aceasta este specifică *terminologiilor interdisciplinare, dinamice, în curs de formare*. Rezultă astfel, existența unei terminologii proprii LCE, cu elemente specifice la nivelul expresiei (mai mult chiar decât în alte terminologii). În plus, *determinarea sensului specializat pentru anumite construcții sintagmatice este o problemă importantă atât pentru terminologia specialistului, cât și a ne-specialistului* (Bidu-Vrănceanu, 2007: 23-26).

Delimitarea clară și ilustrarea bogată a discursului specializat, față de discursul mai accesibil adresat unui public eterogen permit semnălarea în anumite texte din presa electronică a unor procedee utilizate în vulgarizarea științifică, dintre care se remarcă importanța parafrazelor. Utilizarea acestui procedeu în TCE se înscrie tot în seria tendințelor de a preciza interpretarea termenilor (realizată și prin alte procedee) și poate fi o reflectare a caracterului aplicativ al acestei terminologii.

La nivelul *axei sintagmatice*, un rol important îl au și *unitățile frazeologice mai puțin fixe sau colocuțiile*. Acestea nu prezintă diferențe formale față de sintagmele terminologice și exprimă sensul terminologic strict, cum ar fi cel al *comerțului electronic*: A EFECTUA UN PLAT ONLINE, A CUMPRĂ DE PE NET, A COMANDA UN PRODUS ELECTRONIC, A VEDEA O OFERTĂ ELECTRONICĂ, A CONSULTA O OFERTĂ ELECTRONICĂ, A ÎNDESCHIDE O AFACERE ELECTRONICĂ (Bidu-Vrănceanu 2007: 152).

Dependența contextuală a termenilor din comerțul electronic este o caracteristică a acestui domeniu, deoarece înlesnește comunicarea specializată din acest domeniu. Am constatat că pe axa paradigmatică sunt respectate condițiile conceptuale (verificate prin corespondențe interlinguale), corelate cu caracterul stipulativ manifestat la nivelul semnificației (Bidu-Vrănceanu, 2010: 22), având în vedere caracterul internațional al TCE. În această privință, trebuie menționat *Lexicul Panlatin de comerț electronic* elaborat de Realiter, în care corespondențele interlinguale sunt relevante. De exemplu:

## PLAT ELECTRONIC

*eng* e-payment

*cat* pagament electrònic (n.m.)

*esp* Pago electrònico (s.m.)

*fra* paiement électronique (n.m.)

*glg* pagamento electrònico (s.m.)

*ita* pagamento elettronico (n.m.)

*por* pagamento electrònico (s.m.) [PT]

*por* pagamento eletrònico (s.m.) [BRA]

## CATALOG ELECTRONIC

*cat* catàleg electrònic (n.m.)

*esp* catálogo en línea (s.m.)

*esp* catálogo electrònico (s.m.) [MEX]

*fra* catalogue en ligne (n.m.)  
*glg* catálogo en liña (s.m.)  
*ita* catalogo in rete/in linea/online (n.m.)  
*por* catálogo em linha (s.m.) [PT]  
*por* catálogo eletrônico (s.m.) [BRA]  
*ron* catalog online (s.n.)  
*ron* catalog electronic (s.n.)

#### 4. Considerații generale

Raportarea la rezultatele obținute, comparativ cu alte terminologii studiate descriptiv-lingvistic accentuează importanța studiului întreprins, mai ales pentru a susține premisa că TCE este o terminologie profesională, aplicativă, spre deosebire de toate celelalte care sunt terminologii științifice. A rezultat importanța condiționării extralingvistice reprezentată de un *nou tip de comerț*, cu caracter *dinamic* impus de comunicarea prin internet, cât și de necesitatea unei comunicări precise, cu stabilitate referențială.

Aceasta este o particularitate importantă, legată de caracterul concret al unei terminologii profesionale, în care comunicarea se face, în general, cu un public eterogen. Din acest ultim punct de vedere, caracterul concret este specific al unei *terminologii profesionale*, nu al unei științifice.

Altfel spus, TCE nu stabilește o comunicare numai între specialiști, are un impact social larg, publicul-consumator cărui se adresează având un *caracter* cu precizie *eterogenă*. Particularitățile acestei terminologii demonstrează că rolul lingvisticii este semnificativ în investigarea terminologiilor interdisciplinare noi, în curs de formare. Prin *analiza lingvistică* a terminologiei din comerțul electronic, am prezentat formele de manifestare a particularităților TCE, iar sintetizarea rezultatelor descrierii TCE contribuie pe de o parte la fundamentarea *domeniului comerțului electronic* ca domeniu profesional, cu impact social din ce în ce mai mare.

#### SURSE

[http://www.btb.gc.ca/btb.php?lang=eng&cont=r\\_408](http://www.btb.gc.ca/btb.php?lang=eng&cont=r_408)  
Link2Ecommerce  
Wikipedia

#### BIBLIOGRAFIE

- Baroni, M., A. Kilgarriff, J. Pomikálek, P. Rychlý, 2006, „WebBootCaT: instant domain-specific corpora to support human translators”, Proceedings of EAMT 2006, Oslo, p. 247-252.
- Bidu-Vrănceanu, Angela, 2007, *Lexicul specializat în mi-care. De la dicționare la texte*, București, Editura Universității din București.
- Bidu-Vrănceanu, Angela (coord.), 2010, *Terminologie și terminologii*, București, Editura Universității din București.
- Cabré, Maria Teresa, 1991, „Terminologie ou terminologies? Spécialité linguistique ou domaine interdisciplinaire”, în *Meta*, XXXVI, 1, p. 55-63.
- Cabré, Maria Teresa, 1999, *Terminology: Theory, methods and applications*, Amsterdam, Philadelphia, John Benjamins Publishing Company.
- Stoichiociu-Ichim, Adriana, 2006, *Creativitate lexicală în româna actuală*, București, Editura Universității din București.

## THE ROLE OF LINGUISTICS IN ESTABLISHING NEW TERMINOLOGIES – THE ELECTRONIC COMMERCE TERMINOLOGY

*(Abstract)*

The role of linguistics in terminology is significant, because the linguistic analysis helps us to make an individual or a comparative analysis of the new emerging terminologies, such as the e-commerce terminology. The e-commerce terminology is not a scientific terminology, but a professional one, being established by those interested in the new type of commerce – electronic commerce – and its international use justify the presence of the English loans. The analysis herein is undertaken in order to outline both the general aspects of the e-commerce terminology and its specific. Thus, in order to establish the peculiarities of this terminology, the linguistic analysis is very useful and it consists of applying unitary methods for the linguistic description of this professional terminology.