ROLUL LINGVISTICII ÎN DETERMINAREA TERMINOLOGIILOR NOI – TERMINOLOGIA COMERŢULUI ELECTRONIC

MARIANA COANCĂ
Universitatea Româno-Americană
Bucureşti

1. Noi tendinţe terminologice – terminologia profesională

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

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

Prin interpretarea diverselor probleme teoretice şi practice, am vrut să subliniem *rolul lingvisticii în interpretarea sensului specializat* pentru facilitarea accesului ne-specialiştilor la el. Datele, particularităţile lingvistice despre *limbajul din comerţul electronic* sunt relevante şi au fost obţinute în urma analizei *paradigmatice* (definiţii şi relaţii de sens) şi a analizei *sintagmatice* (independenţa sau tipurile de dependenţă faţă de context).

Cu toate că *limbajul din comerţul electronic* nu este unul *ştiinţific*, ci unul *tehnic, profesional*, cu mare impact social, prezenţa comerţului electronic pe reţelele de socializare (*social e-commerce – comerţ electronic pe reţele de socializare*) justifică evoluţia acestei terminologii care prezintă un dinamism aparte la nivel internaţional şi care este caracterizată printr-o *ierarhie conceptuală* strictă, ce condiţionează precizia şi univocitatea. *Deschiderea codurilor (laicizarea cunoaşterii)* este mai mică şi mai limitată, deoarece TCE se adresează consumatorilor reprezentaţi de un public eterogen şi implică anumite modalităţi de acces care

BDD-V919 © 2012 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:55:07 UTC)

ţin de cooperarea subdomeniilor din comerţul electronic, pentru realizarea *tranzacţiilor comerciale pe internet.*

Procesul de sistematizare terminologică reprezintă o oportunitate pentru a promova o idee teoretică despre trăsăturile esenţiale ale limbajului comerţului electronic, în comparaţie cu trăsăturile care aparţin, în general, limbajelor specializate. Limbajul comerţului electronic a relevat o serie de aspecte speciale ca, de exemplu, monoreferenţialitatea şi transparenţa, tentativa de a evita orice ambiguitate în furnizarea informaţiilor, folosirea permanentă a denumirilor noi (prin derivare, compunere, sigle etc.), raportul constant de schimb de termeni cu limba de bază – engleza – şi cu alte limbaje specializate.

De asemenea, am combinat criterii extralingvistice cu ilustrări lingvistice, ceea ce determină premisa care urmează să fie demonstrată în lucrare, şi anume că TCE nu e o terminologie ştiinţifică, ci una profesională, aplicativă, elaborată de experţi de informatică şi marketing pentru cei interesaţi (consumatorii din întreaga lume) de practicarea unui nou tip de comerţ.

2. Rolul lingvisticii în determinarea TCE

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

Analiza lingvistică a presupus două piste de cercetare:

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

b. cercetarea sincronică a început de la Lexicul Panlatin de comerţ electronic elaborat de Realiter, Reţeaua 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 romanice, luând în considerare originea lor comună, faptul că recurg la modalităţi lexicale comune şi că utilizează elemente asemănătoare de formare a cuvintelor. Pentru completarea şi confruntarea acestuia am găsit o manieră determinată de alcătuire a unui corpus de texte electronice, din care am selectat termenii supuşi analizei, ţinând cont de *frecvenţa* şi *reprezentativitatea unor termeni în texte electronice de o specializare medie.* Frecvenţa *mai mare* a unor termeni de comerţ electronic, precum numele de domeniu COMERŢ ELECTRONIC, MAGAZIN ELECTRONIC, PLATĂ ELECTRONICĂ, demonstrează că **terminologia din comerţul electronic** este foarte importantă pentru specialişti, sub aspectul său *profesional*, dar şi pentru consumatori sub aspectul *utilitar* (prin vânzarea-cumpărarea de produse de pe internet).

Analiza lingvistică se bazează pe principiile de alcătuire a corpusului şi, prin urmare, există o relaţie reciprocă, de dependenţă între corpus şi scopul cercetării. Analiza din perspectivă lingvistică a TCE, nu se putea obţine fără un *corpus de texte electronice*, din două motive: în primul rând, analizând termenii la întâmplare, termenii care denumesc concepte fundamentale ar putea fi omişi. În al doilea rând, *corpusul electronic* reprezintă o sursă fiabilă de informare, întrucât poate să conţină multe texte care reflectă uzul *termenilor din comerţul 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 româneşti. Astfel, pentru a face distincţia între *terminologiile româneşti „tari”* şi cele *„slabe”* se pot face aprecieri bazate pe satisfacerea criteriilor lingvistice. Ţinem cont şi de faptul că între diverse terminologii „tari”, care satisfac în forme şi grade diferite precizia în

BDD-V919 © 2012 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:55:07 UTC)

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

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

Ulterior, am efectuat o analiză sintagmatică şi paradigmatică a unităţilor terminologice, pentru a obţine datele lingvistice care alcătuiesc particularităţile TCE. S-a constatat că acele criterii necesare interpretării unităţilor terminologice complexe pot varia în funcţie de diverse domenii ştiinţifice şi tehnice. Pe axa sintagmatică am urmărit recurenţa grupului, specificul şi coeziunea semnificaţiei, condiţii care duc la stabilitatea unităţii complexe. Am analizat *sintagmele* întâlnite frecvent în diferite tipuri de texte electronice şi am analizat şi sintagmele susceptibile de a avea statut de termen, verificând dacă prin segmentarea unui grup au loc efecte asupra semnificaţiei (Bidu-Vrănceanu 2010: 22). *Sintagmele fixe* reprezintă un factor de dezambiguizare semantică şi exprimă varietăţi conceptuale, precis diferenţiate (PLATĂ ELECTRONICĂ, MAGAZIN ONLINE).

Terminologia din comerţul electronic apelează la termeni din alte discipline (informatică, 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 poziţia de ,,donator", aceasta apare doar în poziţia de ,,receptor".

Definirea interconceptuală s-a dovedit a fi necesară în cazul termenilor COMERŢ şi COMERŢ ELECTRONIC pentru a vedea dacă se impune aceeaşi caracteristică a relaţiilor conceptual-semantice din domeniul economic. S-a constatat că ambele definiţii pot fi accesibile nespecialiştilor, iar sensul poate fi asimilat şi de un nespecialist (Bidu-Vrănceanu 2007: 29-31; 49-57). Am întreprins *o analiză a modalităţilor de exprimare* a TCE aşa cum apar în sursele româneşti, a relaţiilor dintre *termenii simpli* şi *unităţile lexicale complexe*, insistând asupra preferinţelor majore pentru ultima categorie, ca fiind o particularitate a acestei terminologii. Am evidenţiat şi rolul important al prefixoidelor specifice, cu înregistrarea lor şi ilustrarea prin exemple relevante (Stoichiţoiu-Ichim 2006: 83-115). Un rol semnificativ îl au termenii care conţin elemente de compunere savantă (prefixoidul *e-*, *cyber-*), întrucât aceştia precizează sensul de comerţ electronic, ceea ce reprezintă o altă particularitate a TCE. Prefixoidul *e-* este cel mai reprezentativ în corpusul TCE şi este singurul prefix care pune eticheta acestui *nou tip de comerţ – comerţul electronic*, delimitând astfel *comerţul tradiţional* de *comerţul electronic*

Sub aspect etimologic, prefixoidul *e-* este un împrumut neologic din engleză şi are circulaţie internaţională. Astfel, elementele sintagmelor respectă ordinea sintactică **electronic + N** din engleză, care mai târziu a fost prescurtată şi a devenit **e- + N**. A doua formă a fost preluată în româna actuală, datorită funcţiei sale internaţionale. Am constatat că, de cele mai multe ori, cratima este indispensabilă. De exemplu: E-COMMERCE, E-TAILING, E-PROCUREMENT, E-SIGNATURE, E-BUSINESS, E-TRANZACTION, E-LIBRĂRIE, E-LICITAŢIE, E-MAGAZIN, E-ACHIZIŢIE, E-SEMNĂTURĂ, E-PUBLICITATE). Trebuie să menţionăm că, fără acest prefixoid nu apare sensul de comerţ electronic al termenilor. Aşadar, acesta e indispensabil pentru TCE, în vederea exprimării sensului de comerţ electronic. Astfel, în TCE, termenii care conţin prefixoidul *e-* sunt calcuri din engleză şi au aceleaşi trăsături morfologice cu cele din engleză (toţi termenii de comerţ electronic care apelează la acest prefixoid sunt substantive neutre şi feminine), câmpurile noţionale fiind identice şi desemnează concepte de bază ale comerţului electronic. Totodată, prefixoidul *e-* poate fi înlocuit cu echivalentul său *electronic*, termenii rezultaţi fiind sintagmatici, respectându-se ordinea determinat – determinant (**e- + N** devine în română **N + electronic**): ACHIZIŢIE

BDD-V919 © 2012 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:55:07 UTC)

ELECTRONICĂ, APROVIZIONARE ELECTRONICĂ, AFACERI ELECTRONICE, BANCNOTĂ ELECTRONICĂ, CATALOG ELECTRONIC, COMANDĂ ELECTRONICĂ.

3. Dinamica TCE prin împrumuturile din engleză

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

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

B2B (business-to-business) - acesta este un model de comerţ electronic în care toţi participanţii sunt companii sau alte organizaţii (conform Wikipedia).

C2B (consumer-to-business) - acest model de comerţ electronic se referă la persoanele fizice (consumatori) care utilizează Internetul pentru a-şi vinde produsele sau serviciile firmelor şi pentru a căuta vânzători care să liciteze pentru produsele sau serviciile de care au nevoie (conform Wikipedia).

Reprezentarea prin *siglă* a unor *termeni de comerţ electronic* contribuie la monosemantism şi precizie. Tot din punct de vedere lingvistic, putem spune că aceste sigle asigură economia de expresie, motivarea noii formaţii lexicale, funcţia denominativă şi distinctivă. Siglele pot abrevia baze aparţinând altor domenii şi exprimă, pe această cale, termenii proprii domeniului comerţ electronic. În acest sens, am remarcat rolul **domeniilor *economie*, *informatică*** şi ***marketing***, precum şi multe sigle care aparţin subdomeniilor comerţului electronic: ***plăţile electronice*, *securizarea tranzacţiilor electronice* şi *publicitatea electronică***.

Bill Payment Provider (BPP): agent (de obicei o instituţie financiară) al facturatorului care iniţiază şi acceptă plăţile în numele facturatorului;

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

Electronic Cash Register (ECR): sistem care funcţionează mai eficient în cazul afacerilor mari cu înregistrări multiple în locaţii unice sau multiple. Furnizează o legatură directă de la computer la computer între hostul First Data şi hostul comerciantului (conform Link2Ecommerce).

Originea *engleză* (şi în general, caracterul internaţional) al multor *termeni* din LCE reprezintă o altă *caracteristică* rezultată din descrierea făcută. Un loc special în exprimarea termenilor din LCE îl are exprimarea sintagmatică, importantă pentru interpretarea interdisciplinară a termenilor. **Termenii complecşi** sunt foarte bine reprezentaţi de **sintagme cu *centru* identic**: REŢEA CU VALOARE ADĂUGATĂ, REŢEA DE COMUNICARE PRIVATĂ, REŢEA DESCHISĂ PE INTERNET, REŢEA EXCLUSIVĂ, PRODUS ELECTRONIC, PRODUS ORIZONTAL, PRODUS VALIDAT; **sintagme cu *determinant* identic**: LICITAŢIE ELECTRONICĂ, MAGAZIN ELECTRONIC, MONEDĂ ELECTRONICĂ; BANI ONLINE, CATALOG ONLINE, CLIENT ONLINE.

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

BDD-V919 © 2012 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:55:07 UTC)

e- care reprezintă prescurtarea adjectivului din limba engleză ***electronic***), asistăm la o reconceptualizare care se face prin *hiponime*, *hiperonimele* făcând parte dintr-un alt domeniu, iar distanţa semantică între termenii utilizaţi este relativ mică (de exemplu, CUMPĂRĂTOR ELECTRONIC, COMERŢ ELECTRONIC, E-COMMERCE, E-MONEY, E-PROCUREMENT, PLATĂ ONLINE, MAGAZIN ONLINE).

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

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

La nivelul *axei sintagmatice*, un rol important îl au şi *unităţile frazeologice mai puţin fixe* sau *colocaţiile.* Acestea nu prezintă diferenţe formale faţă de sintagmele terminologice şi exprimă sensul terminologic strict, cum ar fi cel al *comerţului electronic*: A EFECTUA O PLATĂ ONLINE, A CUMPĂRA DE PE NET, A COMANDA UN PRODUS ELECTRONIC, A VEDEA O OFERTĂ ELECTRONICĂ, A CONSULTA O OFERTĂ ELECTRONICĂ, A-ŞI DESCHIDE O AFACERE ELECTRONICĂ (Bidu-Vrănceanu 2007: 152).

Dependenţa contextuală a termenilor din comerţul electronic este o caracteristică a acestui domeniu, deoarece înlesneşte comunicarea specializată din acest domeniu. Am constatat că pe axa paradigmatică sunt respectate condiţiile conceptuale (verificate prin corespondenţe interlinguale), corelate cu caracterul stipulativ manifestat la nivelul semnificaţiei (Bidu-Vrănceanu, 2010: 22), având în vedere caracterul internaţional al TCE. În această privinţă, trebuie menţionat *Lexicul Panlatin de comerţ electronic* elaborat de Realiter, în care corespondenţele interlinguale sunt relevante. De exemplu:

PLATĂ ELECTRONICĂ

eng e-payment
cat pagament electrònic (n.m.)
esp Pago electrónico (s.m.)
fra paiement électronique (n.m.)
glg pagamento electrónico (s.m.)
ita pagamento elettronico (n.m.)
por pagamento electrónico (s.m.) [PT]
por pagamento eletrônico (s.m.) [BRA]

CATALOG ELECTRONIC

cat catàleg electrònic (n.m.)
esp catálogo en línea (s.m.)
esp catálogo electrónico (s.m.) [MEX]

BDD-V919 © 2012 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:55:07 UTC)

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. Consideraţii generale

Raportarea la rezultatele obţinute, comparativ cu alte terminologii studiate descriptiv-lingvistic accentuează importanţa studiului întreprins, mai ales pentru a susţine premisa că TCE este o terminologie profesională, aplicativă, spre deosebire de toate celelalte care sunt terminologii ştiinţifice. A rezultat importanţa condiţionării extralingvistice reprezentată de un *nou tip de comerţ*, cu caracter *dinamic* impus de comunicarea prin internet, cât şi de necesitatea unei comunicări precise, cu stabilitate referenţială.

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 şi specific al unei *terminologii profesionale*, nu al uneia ştiinţifice.

Altfel spus, TCE nu stabileşte o comunicare numai între specialişti, are un impact social larg, publicul-consumator căruia i se adresează având un *caracter* cu precădere *eterogen*. Particularităţile acestei terminologii demonstrează că rolul lingvisticii este semnificativ în investigarea terminologiilor interdisciplinare noi, în curs de formare. Prin *analiza lingvistică* a terminologiei din comerţul electronic, am prezentat formele de manifestare a particularităţilor TCE, iar sintetizarea rezultatelor descrierii TCE contribuie pe de o parte la fundamentarea *domeniului comerţului 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
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 mişcare. De la dicţionare la texte*, Bucureşti, Editura Universităţii din Bucureşti.

Bidu-Vrănceanu, Angela (coord.), 2010, *Terminologie şi terminologii*, Bucureşti, Editura Universităţii din Bucureşti.

Cabré, Maria Teresa, 1991, „Terminologie ou terminologies? Spécialité linguistique ou domaine interdisciplinaire”, în *Meta*, XXXVI, l, p. 55-63.

Cabré, Maria Teresa, 1999, *Terminology: Theory, methods and applications*, Amsterdam, Philadelphia, John Benjamins Publishing Company.

Stoichiţoiu-Ichim, Adriana, 2006, *Creativitate lexicală în româna actuală*, Bucureşti, Editura Universităţii din Bucureşti.

BDD-V919 © 2012 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:55:07 UTC)

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.

BDD-V919 © 2012 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:55:07 UTC)