

Simona CONSTANTINOVICI
Călin POPET
(Universitatea de Vest din
Timișoara)

Din gamele minore ale exprimării superlativului în limba română

Abstract: The paper **From the minor scale of expressing the superlative form in Romanian language** tries to capture the way anthroponyms such as Zeiss, Neckermann, Rockfeller get to be part of expressions which maintain the vivid spirit of the Romanian linguistic system. They remain foreign words, they do not acclimate. It can be discussed about their reluctance to adaptation. Because the immediate reference to the extralinguistic reality disappears, the risk is that they will be used less and less, until they completely disappear or they undergo graphical changes. Used in the colloquial language, they get in the class of the unusual Romanian forms of expressing the superlative. They are also used by less educated people, although, by simply adding them to a discourse, it gives the context a grade of cosmopolitanism. All three patronymics entered the linguistic conscience of the Romanians, in a way or another, in the 19th century, the beginning of the 20th century. In the city, but also in the countryside, the Zeiss, Neckermann and Rockfellers barbarisms have subtly infiltrated the collective memory. The biography of the three personalities is not known to the today's Romanian language speakers, but there is a dominant semantism, from which the daily discourse in which these names appear does not deviate. The three characters became known by bringing something new and valuable in a specific activity domain, by how they transgressed the local, regional, national space, becoming, in time, international brands, successful businesses, over which the linguist, mindful of the lexicon dynamic, cannot pass indifferently.

Keywords: language, superlative, semantism, expression, barbarism

Rezumat: Lucrarea *Din gamele minore ale exprimării superlativului în limba română* încearcă să surprindă modul în care antroponime de tipul Zeiss, Neckermann, Rockfeller ajung să facă parte din expresii care întrețin spiritul viu al sistemului lingvistic românesc. Ele rămân cuvinte străine, deci nu ajung să se autohtonizeze. Se poate discuta despre reticența acestora la adaptare. Dispărând raportarea imediată la realitatea extralingvistică pe care o reprezintă, există riscul să fie utilizate din ce în ce mai puțin, până la dispariție sau cu o grafie vizibil deformată. Folosite în registrul colocvial al limbii, ele intră în câmpul de acțiune al formelor românești inedite de exprimare a superlativului. Sunt utilizate și de către vorbitorul neșcolit, deși, prin simpla lor adăugare în discurs, conferă contextului un anumit grad de cosmopolitanism. Toate cele trei patronime au intrat, într-un fel sau altul, în secolul al XIX-lea, începutul secolului al XX-lea, în conștiința lingvistică a românilor. La oraș, dar și-n mediul rural, barbarismele Zeiss, Neckermann și Rockfeller s-au infiltrat subtil în memoria colectivă. Biografia celor trei personalități nu e neapărat cunoscută de către vorbitorul actual de limba română, dar există un semantism dominant, de la care nu se abate discursul cotidian în care apar aceste nume. Cele trei personaje s-au făcut cunoscute prin ceea ce au adus nou și valoros într-un anumit domeniu de activitate, prin modul cum au transgresat spațiul local, regional, național, devenind, în timp, branduri internaționale, afaceri de succes, peste care lingvistul, atent la dinamica lexicului, nu poate trece indiferent.

Cuvinte-cheie: limbă, superlativ, semantism, expresie, barbarism

Ce este superlativul?

În lucrările de specialitate destinate elevilor din învățământul preuniversitar, superlativul nu apare decât sub forma uneia dintre posibilitățile de exprimare a diferitelor grade ale însușirii, alături de gradul pozitiv și cel comparativ. Prin urmare, este cunoscut

faptul că adjectivul, ca parte de vorbire flexibilă, cunoaște diverse posibilități de marcarea a intensității – comparativul (de inferioritate, egalitate și superioritate) și superlativul (relativ – de inferioritate și superioritate – și absolut). Această situație apare din cauză că, în majoritatea lucrărilor de gramatică, superlativul nu apare înregistrat și ca formă de manifestare a unei exagerări, pozitive sau negative, aceasta putându-se crea la nivel metaforic, cu ajutorul unor nume proprii, de origine română sau străină. Din această perspectivă vor fi discutate și elementele superlativului din lucrarea de față.

Ce este superlativul, dincolo de abordările teoretice existente în tomurile de gramatică, vechi și noi? De ce ființa umană simte nevoia, adesea, de a uza, cu insistență, în diferite circumstanțe, formule sintactico-stilistice care traduc sensuri pozitive? Emfaza superlativului, redundanta lui ocurență, funcționalitatea „orbitoare”, circumstanțială, oricât ar părea de paradoxal, distorsionează, uneori până la anihilare, limbajul, instalându-i fibra într-o zonă a intangibilului comunicațional. Superlativul e limita de sus a exprimării.

Corpul său exemplificator poate fi considerat restrâns, în comparație cu alte aspecte ale gramaticii și lexicului, care propun un set mai generos de situații sau de contexte generatoare de motivație analitică, interpretativă. Din această cauză, probabil, nu a atras interesul lingviștilor, în mod special, fiind foarte firav, inconsecvent sau deloc tratat în studiile de specialitate.

Superlativul poate fi perceput ca formă de libertate incontestabilă a exprimării și de motivare suplimentară a unor sensuri. Științele exacte nu excelează în folosirea structurilor superlative, deoarece aria lor predilectă de cercetare se concretizează în jurul aproximațiilor de tot felul. Când aceste aproximații se adună în esența unei soluții, a unei formule, a unui postulat, nu mai e necesar a se jongla cu superlativele. Michel Foucault amintea, în registru metaforic, de existența unui „spațiu deschis în cuvinte”, valabil și-n epoca postmodernă, nu doar în cea renescentistă ori clasică: „(...) aici vor căuta în primul rând timpurile ce vor veni ceea ce am știut sau gândit, căci cuvintele, în decupajul lor frust, sunt repartizate pe această linie de mijloc prin care știința stă alături de percepție și reflecția alături de imagini. În ele ceea ce ne imaginăm devine ceea ce știm și, în schimb, ceea ce știm devine ceea ce ne reprezentăm zi de zi.” (Foucault 2008, 154)

Tot ce există, la un moment dat, în limbă are capacitatea de a surprinde o realitate, cu nenumăratele sale fațete. Elementele lexicale reconfigurează permanent substanța limbajului, adăugând nuanțe, operând flagrant sau discret modificări de natură conceptuală.

Distribuția contextuală

În primul rând, trebuie stabilite contextele în care pot să apară numele proprii străine, cu statut de marcă a superlativului, în limbajul colocvial ori argotic. Este necesară, în acest context, cunoașterea fișelor biografice ale personajelor invocate. Acestea nu sunt neapărat cunoscute din scoarță-n scoarță, dar există, fără doar și poate, un semantism generic, dominant, de la care nu se abate discursul cotidian în care apar aceste nume. Toate trei sunt raportabile la sfera economiei mondiale. Sunt considerate, în secolul al XIX-lea, respectiv secolul al XX-lea, simboluri ale prosperității, ale bogăției sau ale filantropiei. Toate sunt legate de numele unor oameni bogați, cu afaceri importante în peisajul economic al acelor decenii și cu impact asupra lumii internaționale, aflate în

plin proces de câștigare a unor etape de evoluție exemplară. Influența se exercită la acest nivel, prima dată. Probabil că au existat schimburi de natură să impulsioneze un anumit tip de activitate. Comerțul cu produse optice, cu mobilă sau cu petrol a cunoscut o curbă pozitivă de dezvoltare în acele secole. Cele trei personaje s-au făcut cunoscute prin afacerile lor, au transgresat spațiul local, regional și au devenit *branduri* internaționale, afaceri de succes, adică, dacă ar fi să utilizăm un cuvânt în vogă azi.

ZEISS¹. A apărut, în limba română, în regiunea vestică a țării și-n Ardeal, acolo unde contactul cu nemții a fost mai intens, într-o anumită perioadă istorică, dacă îl legăm intim de numele firmei - de la Jena - de aparate și lentile optice etc. Luminița folosirii acestui cuvânt, imboldul de a-l explica nu a apărut atunci când, probabil, ni se va fi părut impropriu, exagerat, ci acum, la o simplă, spontană, pronunțare a lui, după efectuarea unei activități cât se poate de comune: tăierea părului. Rezultatul obținut, tunsoarea, avea să stârnească la purtător exclamația surprinzătoare: *Zeiss!*

Este absolut indispensabilă menționarea câtorva dintre contextele în care pot să apară numele proprii străine cu statut de marcă a superlativului în limbajul colocvial sau argotic. Printre acestea, trebuie notate expresii precum *a fi sau a merge zeiss* sau, cu autonomie lexicală, în exclamații de tipul: *Zeiss!* („excelent, formidabil”) – caz în care îl echivalează, în regim argotic, pe supralicitatul, la ora actuală, *Super!*, devenit, prin frecvența cu care e utilizat, un „parazit” lexical. „*Ești zeiss!*” sau, mai pe românește, prin adaptare la sistemul fonetic, „*Ești țais!*”. „*Un lucru zeiss*” este un lucru bine făcut, cum ar veni. Perfect, căruia nu i se mai aduc obiecții. Sensul e intim legat de numele patronului firmei nemțești de lentile optice, Carl Zeiss. Când ne gândim la precizia cu care aceste obiecte sunt realizate, la funcționalitatea lor, semantismul dominant se profilează clar în mintea noastră.

„Lucrurile merg *zeiss*.” Ca la carte, adică. Cu toții suntem familiarizați cu acest sindrom românesc, raportarea la țările occidentale și la realizările acestora. Lucrurile de înalt nivel calitativ ale Germaniei, în primul rând, funcționează ca un reper. Sigur că româna are și alte formule de marcare a perfecțiunii, a superlativului. Corespondentul celei de sus este unul foarte uzitat: *a merge ca pe roate*, spre exemplu. În această structură se poate observa o formă de plural arhaică și, prin aceasta, rară, *roate*, în locul obișnuitului plural actual *roți*. *Zeiss*, însă, contrage comparația și rupe ritmul normei. Când spunem *a merge zeiss*, subînțelegem structura comparativă: *ca un mecanism nemțesc/ elvețian/ occidental*, recunoscut pentru precizia sa, ca un obiect perfect, căruia nu i se mai pot aduce îmbunătățiri. Se constată și *enfaza* unei astfel de întrebuițări a unor cuvinte străine, în contexte dintre cele mai felurite.

La ce reducem, la ce convertim, de fapt, traducând sensul acestui termen străin incomod? Avem cel puțin trei posibilități oferite de chiar mecanismul de funcționare a sistemului lexico-morfologic românesc: **1.** printr-o comparație: *ca pe roate*; **2.** prin substantive devenite adverbe, asociate cu un verb: *brici/ strună*; **3.** prin superlativ absolut, marcat prin adverbul *foarte*: *foarte bine*; **4.** printr-un regionalism specific regiunilor transilvănene și bănățene, un adjectiv împrumutat din germană, acolo unde influența acestei limbi s-a făcut simțită: *fain*. E evidentă folosirea lui *zeiss*, în unele

1. ZEISS [țais], Carl (1816-1888) a fost un optician german, întemeietorul firmei de instrumente optice de Jena, care îi poartă numele. (Vezi Ciobanu et al. 2009, 1009)

contexte, ca sinonim pentru *minunat* sau familiarul *fain*. Ca și când n-ar fi suficient de elocvent, *fain* suportă, la rându-i, o suplimentare semantică, în contextul: *fain de tot*, unde *de tot* devine echivalentul lui *foarte* sau al locuțiunii adverbiale cu semnificație de superlativ *din calea-afară de*. (Vezi GLR 2005, 163)

Toate sunt mijloace obișnuite de marcare a superlativului în română, cu diferențele de rigoare, survenite la nivel formal. Toate cele patru variante traduc, de fapt, semantismul patronimului german *Zeiss*. Prin ele însele, antroponimele care fac obiectul acestei discuții conțin ideea de superlativ, motivează, adică, un semantism pozitiv.

Brici, în limbajul argotic, posibil echivalent semantic al lui *zeiss*, devine, ca formant al superlativului, în contexte precum *taie/ merge brici*, adverb cu sensul „excelent, formidabil”. La fel se comportă și substantivul de origine slavă *strună*. Cum bine știm, „în afara procedeelelor gramaticalizate de redare a superlativului, ideea de superlativ se realizează și prin alte mijloace.” (GLR 2005, 162) Unele dintre ele sunt inedite. Efemere, probabil, pentru că nu rezistă suficient de mult timp în discursul oral, astfel încât să fie transferate cu ușurință, mai apoi, în cel scris. „Ideea de superlativ poate fi exprimată și de câteva substantive care se comportă adverbial: *beat turtă*, *scump foc*, *singur cuc*, îndrăgostit *lulea* etc.” (GLR, p. 163)

NECKERMANN². (A fi totul) *ca-n Neckermann*. Exista, mai demult, și expresia „ca-n Neckermann”, tot cu trimitere la o firmă germană, de această dată, de mobilă. Sau, mai simplu: *Neckermann*, cu subînțelegerea particulei *ca*, specifice comparației. În acest fel, putem vorbi chiar de un regim de sinonimie între cele două antroponime, *Zeiss* și *Neckermann*. Aceasta a dispărut între timp, dar a rămas expresia, la nivelul limbii române vorbite. Firma respectivă avea și o revistă aferentă, de promovare a produselor proprii, „Neckermann”. Amintim faptul că „Neckermann” și „Quelle” erau reviste de modă occidentale, voluminoase, adevărate cataloage, în anii optzeci. Erau rarități, aduse cu dificultate din străinătate. Tinerii din țările comuniste visau să le răsfoiască. Acolo se afla esența modei, lucrurile de neatins, o altă lume, fascinantă, perfectă, orbitoare, intangibilă. După cum se poate observa, grație numelor purtate de aceste reviste, antroponimele respective au intrat în memoria colectivă, în imaginarul românesc al acelor vremuri. Este de la sine înțeles faptul că ele s-au transmis de la o generație la alta, însă, în majoritatea cazurilor, fără a fi cunoscut semantismul acestora ori contextul în care au apărut și s-au utilizat atât de frecvent. Necunoașterea biografiei acestor personalități poate duce la o deturnare clară a înțelesului expresiei sau la erorile de întrebuintare apărute în actele de limbaj.

Iată două nume de persoană, *Zeiss* și *Neckermann*, care, cel puțin în spațiul lingvistic românesc, au făcut „istorie”. Incitant, fertil domeniu de cercetare, cu posibilitatea de a fi extins și la celelalte limbi, romanice sau nu, care au intrat în contact cu spațiul economic nemțesc sau american. Se poate discuta și despre reticența acestora la adaptare. Ele rămân barbarisme, cuvinte străine, care nu ajung să se autohtonizeze. Mai mult, dispărând raportarea imediată la realitatea extralingvistică pe care o reprezintă, există riscul să fie utilizate din ce în ce mai puțin, până la dispariție sau cu

2. NECKERMANN [nékərmən], Josef (1912-1992) a fost un prosper om de afaceri german. A fondat (1948) Casa de Comenzi AG, din Frankfurt am Main, de renume internațional. A fost, în același timp, președinte (1967-1989) al Fundației Deutsche Spolthiefe. (Vezi DE, 1993-2009)

o grafie care ar lăsa de dorit, improprie, cu absența unor sunete. Acest fapt ar putea fi mai bine pus în evidență doar prin realizarea unei anchete sociolingvistice, efectuate pe subiecți diferiți, cu vârste distincte, din domenii de activitate felurite. Folosite în registrul comun, colocvial, adesea neîngrijit, al limbii, ele intră în câmpul de acțiune al formelor românești atipice de exprimare a superlativului. Sunt utilizate și de vorbitorul neșcolit, deși adăugarea lor în discurs conferă un grad de cosmopolitism evident.

ROCKEFELLER³. *A fi sau a se crede Rockefeller*. Din aceeași gamă stilistico-semantică face parte și *Rockefeller*, din enunțuri precum: „Ce crezi? Nu-s *Rockefeller!*” sau „Mă crezi *Rockefeller?*”. E evidentă impotența financiară a celui care se revoltă. Toate cele trei antroponime au intrat, într-un fel sau altul, în secolul al XIX-lea, în conștiința lingvistică a românilor. Nu a tuturor, nu are cum să penetreze toate mediile sociale. La oraș, mai cu seamă, dar, cum am văzut, chiar și-n mediul rural, *zeiss*, *neckermann* și *rockefeller*, oricât de dificil s-ar impune aceste nume la nivelul grafiei, ele au intrat cumva, s-au infiltrat ușor în memoria colectivă.

În timp, s-a format o întregă paradigmă de termeni străini, neasimilați de sistemul lexical românesc, axată pe semantismul pozitiv al unor antroponime devenite sau nu, în română, nume comune, pe calea unor comparații, a unor structuri comparative, stârnite de privirea în paralel a unor realități diferite. Expresiile care conțin acești termeni erau folosite de părinți și bunici, deopotrivă. La sat, unul bănățean, unde copiii, de regulă, își petreceau verile. Ar fi prea mult să vorbim, în acest punct al discuției, despre influența limbii germane asupra românei, dar putem invoca creativitatea vorbitorului care e în stare să introducă termeni noi în limbajul oral, fără teama că aceștia ar vehicula un potențial clar de indescifrabilitate. Acest aspect este pe cale de a se intensifica. Probabil că, dacă am realiza un sondaj în rândul tinerilor filologi, am descoperi că ne aflăm în fața unor expresii neuzitate actualmente, ermetice.

Din orice unghi am privi expresiile și locuțiunile unei limbi, în general, nu putem omite geneza lor, punctul acela declanșator, când se impun, când apar cu o anumită frecvență în discursul oral, și, apoi, mecanismul lor intim de funcționare, semantic, simbolic, social. Fiind vorba de nume germane, în primul rând, probabil că vorbitorul a simțit nevoia să delimiteze clar, să arate că, mai presus de atâta, nu se poate. E pragul de sus, e apogeul calității în ceva. De obicei, material. Trimiterea la zona materialității este frapantă.

Putem vorbi și de o anumită libertate la nivel formal, în sensul că structurile în care apar aceste nume proprii pot varia, nu sunt defel rigide, permițând o glisare a elementelor alcătuitoare, în funcție de modelul discursului activat. Îndrăzneala folosirii unor astfel de termeni, total neadaptați sistemului lexical românesc, și creativitatea discursului generat sunt aspecte evidente în interpretarea lor ca fapte de limbă. Fiind barbarisme, au comportamentul structurilor lexicale cu potențial scăzut de adaptare. Fac parte din

3. ROCKEFELLER [róchifelə], John D. (1839-1937) a fost un industriaș și filantrop american, fondatorul *Standard Oil Company*, cel mai puternic trust din industria petrolului. A devenit cel mai bogat om din lume, primul american care a avut mai mult de un miliard de dolari. Este considerat cel mai bogat om din istoria umanității. Supranumit ”împăratul petrolului”. La 74 de ani, avea o avere de 370 de miliarde de dolari. Figură emblematică pe *Wall Street*. Ceea ce-l distinge în istoria bogătașilor lumii este faptul de a fi donat un miliard jumătate de dolari în scopuri diverse, educație, sănătate. A înființat *Universitatea din Chicago* și *Institutul Rockefeller de Cercetări Medicale*, devenită *Universitatea Rockefeller*. (Vezi DE, 1993)

paradigma inadaptablelor din lexicul românesc, deși integrate în structuri sintactice deja existente în limbă. Putem vorbi și de activarea sensului metaforic, în acest caz.

Alain Rey surprinde admirabil, în *Introducerea la Dictionnaire des expressions et locutions*, modul în care locuțiunea sau, prin extensie, expresia, în orice fel ar fi constituită, croiește sensul discursiv: „La locution est l'un des lieux du langage où affleure cet inconscient, où les signifiants, abandonnés de leur sens premier, agissent obscurément pour leur propre compte. C'est aussi le lieu où le discours se fait langue, où le social se fait symbole.” (p. XVII)

Aceste structuri, expresii care, pentru mulți vorbitori, pot rămâne neclare, aduc mult cu cele utilizate în reclame, cele care apar în regimul publicității, acolo unde numele proprii intervin ca niște faruri de care se agață ochii consumatorului. Alți comentatori ar putea conchide că avem a face, nici mai mult nici mai puțin, decât cu niște *patronime-zombie*, atât de puțin necesare într-o limbă romanică, în stare a se hrăni dintr-un fond lexical preexistent, solid și fără fisuri. (Pinker 2015, 115)

Consemnarea în dicționarele de specialitate

Un alt aspect important este reprezentat de situația acestor sintagme în dicționarele limbii române, precum și de interesul scăzut al lingviștilor pentru elucidarea traseului acestor vocabule strănii. Dovada că ele nu s-au transformat în nume comune, prin uz și eventuală folosire în limbajul familiar, regional, este faptul că nu sunt consemnate ca atare în dicționarele limbii române. Apar doar sporadic, în unele dicționare enciclopedice sau de nume proprii. *Dicționarul explicativ al limbii române* (2009), *Micul dicționar academic* (2000-2003), *Marele dicționar de neologisme* (2008) nu le consemnează. Nici măcar *Dicționarul de cuvinte recente* 1, 2, 3 al Floricăi Dimitrescu.

Amintim prezența lui *Zeiss* în *Dicționar explicativ al limbii române și enciclopedic de nume proprii*, București, Editura Corint, 2009. Celelalte două nume proprii nu apar consemnate în această lucrare, fapt ce denotă un interes minor al filologilor vizavi de soarta antroponimelor vizate de noi în limba română. Probabil că, din perspectiva lor, doar *Zeiss* se bucură de o frecvență mai mare în utilizarea cotidiană, fiind susceptibil de o eventuală adaptare fonetică (vezi pronunția ȝais).

Consemnarea lui în partea secundă a acestui dicționar, cea alocată numelor proprii, ne-a făcut să credem că el va apărea, în chip firesc, și la secțiunea de explicare a cuvintelor limbii române, în compania verbului *a merge*, spre exemplu, cu care apare, de obicei, în limbajul oral. Considerăm ca fiind o carență acest fapt. În fond, nu înțelegem după ce criterii a fost realizată selecția numelor proprii asupra cărora cele patru cercetătoare și-au focalizat interesul. Normal ar fi fost să existe un canal de comunicare între cele două părți ale lucrării, dacă tot au fost sudate și au ieșit pe piață împreună. În paranteză fie spus, ca să fim cârcotași până la capăt, nu se justifică nici folosirea determinantului *enciclopedic*, în atare situație.

Extraneitate și inadaptare

Numele propriu, indiferent la care dintre acestea se face referire, apare ca vehicul de sens(uri): „În general, esența sensului unui nume propriu este cuprinsă într-un extralingvistic real sau imaginar, cu care este practic în relație de desemnare

directă: existența unui sens presupune o cunoaștere directă a referentului sau indirectă, printr-o descriere de tip enciclopedic.” (Ballard 2011, 176) Așadar, dacă realitatea extralingvistică este necunoscută vorbitorului actual de limba română, soarta acestor vocabile nu este strălucită. În aceeași ordine de idei, tindem să credem că și expresiile care le conțin tind să se piardă, în timp, încetul cu încetul. Dacă până acum era observată o tot mai redusă cunoaștere a semantismului lor, în cele ce urmează se va ajunge, probabil, la reducerea totală a utilizării unor astfel de structuri. Este posibil, prin urmare, ca tocmai dezinteresul cercetătorilor din domeniul lingvisticii să conducă înspre acest traseu al pierderilor de natură lexicală.

Următoarea întrebare pe care ar trebui să ne-o adresăm este legată de forța sau destinul superlativelor de origine antroponimică. Este cu adevărat relevantă extraneitatea acestor nume proprii și cum/ dacă/ în ce măsură se produce transferul sensului în limba care le găzduiește. Această discuție se poate concretiza numai în momentul în care transferul se produce în oricare dintre limbile cunoscute. Se poate încerca, de asemenea, utilizarea unui echivalent cultural, raportabil la limba în care a pătruns antroponimul. Susținem această afirmație, mai ales, pentru că termenul românesc, prin care s-ar putea echivala semantic aceste structuri lexicale, are, în cele mai multe cazuri, conotație negativă.

Putem vorbi, fără îndoială, de extraneitatea termenului-sursă, a patronimului la care facem referire. Explicarea adecvată a sensului, atunci când structurează expresii în română, e favorizată de indicii primi, sociali, de referentul socio-cultural. Cum bine știm, „în afara procedurilor gramaticalizate de redare a superlativului, ideea de superlativ se realizează și prin alte mijloace.” (GLR 2005, 162) Unele dintre ele sunt inedite. Efemere, probabil, pentru că nu cunosc suficient de mult timp de utilizare, de ocurență, în discursul oral, astfel încât să fie transferate, cu ușurință, mai apoi, în cel scris. Acestea au, prin urmare, caracter precar, provenit din inadaptare și frecvență relativ redusă. Avem a face, metaforic spus, cu niște *antroponime-zombie*, atât de puțin necesare, de altfel, într-o limbă romanică, în stare a se hrăni dintr-un fond lexical deja existent, generos, solid și fără fisuri.

Aceeași idee este regăsită și în unele lucrări de specialitate importante, fiind făcute și alte precizări legate de extensiunea unui termen anume, clasa din care provine și pe care, în anumite condiții, o desemnează, dar și legăturile dintre asocierile semnelor lingvistice cu elementele din realitatea imediată, într-o perspectivă extralingvistică: „(...) dacă asociez un obiect dintr-o clasă cu un substantiv comun („masă”, de exemplu), înseamnă că, atunci când voi întâlni alte elemente din aceeași clasă, voi putea să le atribui semnul („masă”) ca desemnator. În schimb, dacă mi se spune că o persoană se numește „Chamfort”, nu voi putea atribui acest nume unei alte persoane pe care o întâlnesc, chiar dacă, din întâmplare, s-ar numi tot „Chamfort”, întrucât nu există o clasă de „Chamfort” (cu excepția purtătorilor acestui patronim).” (Ballard 2011, 175-176) În cazul celor trei nume proprii analizate de noi, situația e sensibil diferită. Se produce un transfer major, astfel încât orice persoană care prezintă caracteristicile termenului-sursă (*Zeiss*, *Rockefeller*, *Neckermann*) e susceptibilă de a fi „purtătoarea” aceluiași sens, indiferent dacă are o conotație pozitivă sau, dimpotrivă, una negativă.

Dacă am încerca să extindem sfera de cercetare la alte antroponime de origine străină, o posibilă continuare ar putea fi reprezentată de situația numelor proprii *Ceaușescu*,

Hitler și *Machiavelli*. Activarea semantismului pozitiv, de esență emfatică, în expresiile care conțin cele trei patronime vizate, este evidentă. Situația se schimbă, însă, dacă ne raportăm la alte nume proprii, cum ar fi *Machiavelli*, *Hitler*, *Ceașescu*, nume ale unor oameni politici bine-cunoscuți, în general, care s-au impus și au generat, în timp, în limba română, cuvinte derivate, cu potențial semantic negativ (*machiavelic*, *hitlerist*, *ceașist*). Se pot distinge două paradigme, în funcție de capacitatea numelor proprii de a menține, în discursul oral sau scris, la nivel literar sau familiar, indicii ale unor semantisme bine definite, cu impact asupra configurației unei limbi, la un moment dat.

Interesant ar fi de văzut cât de proeminente au fost acele personalități, *Rockefeller*, *Zeiss*, *Neckermann*, *Casanova*, *Machiavelli*, *Einstein*, astfel încât să se impună în discursul oral sau scris, pentru vreme îndelungată sau doar pasager. Care sunt mecanismele limbajului uman care conduc la nevoia obținerii unui efect imediat, spontan, total, în comunicare sau în receptare, prin activarea unor astfel de nume străine?

Pentru ca acestea să apară în componența unor expresii, de orice natură, și pentru a genera noi semantisme sau extensiuni ale sensului, precum și putere derivativă, e nevoie de o cât mai îndelungată utilizare a lor, în cadrul tuturor claselor de vârstă și sociale, dar și de cunoașterea și transmiterea acestor informații în mod corect. Altfel, curba spațio-temporală ar fi văduvită de sens și termenii ar dispărea lent, așa cum ne sugerează livresc Michel Foucault: „(...) ceea ce descoperim în adâncul limbajului vorbit, ca și în acela al scrierii, este spațiul retoric al cuvintelor: această libertate a semnului de a veni să se așeze, în funcție de analiza reprezentării, pe un element intern, pe un punct din vecinătatea sa, pe o figură analogă. Iar dacă limbile au diversitatea pe care o constatăm, dacă, pornind de la desemnări primitive, care au fost fără îndoială comune, datorită universalității naturii umane, ele n-au încetat să se desfășoare în forme diferite, dacă și-au avut, fiecare, istoria, modele, deprinderile, uitările lor, aceasta se întâmplă deoarece cuvintele au locul lor, nu în *timp*, ci într-un *spațiu* unde pot să-și găsească locul de origine, să se deplaseze, să se întoarcă asupra lor înseși și să desfășoare lent o întregă curbă: un spațiu *tropologic*.” (Foucault 2008, 187)

De ce vorbim despre *gamele minore ale exprimării superlativului în română*? (Sigur că sunt și altele, dar le-am ales pe acestea, pentru că demonstrează extrem de exact capacitatea limbii de a atrage străinisme, în numele unor relații de poziționare socială și antropologică, finalmente.) Pentru că aduc un așa-zis prejudiciu limbii literare, forțând căile de intrare în normă. Pentru că, orice argumente am genera, luate independent, în afara proximităților contextuale sau a angrenajului superlativ, *Zeiss*, *Neckermann* și *Rockefeller* rămân cuvinte neclare în mintea multor vorbitori de limba română. Din acest punct de vedere, utilizarea lor în marcarea superlativului românesc denotă un anumit grad de imprevizibilitate. Pe de altă parte, am putea spune că intră în aria internaționalismelor de dată relativ recentă. Sunt nume proprii care, la o simplă activare, ar trebui să producă un efect spontan pentru interlocutor, să acționeze instantaneu, fără explicitări, fără paranteze lămuritoare, asemenea unei monede de schimb între vorbitori ai aceleiași limbi sau ai unor limbi distincte. Pentru că au șanse minime de a se menține în limbă și de a genera alte structuri lexicale viabile, de genul compuselor, derivatelor etc. În aceste trei cazuri, este vorba despre o reticență majoră la adaptare. Aceasta reiese din păstrarea pronunției *ad litteram* din limba sursă, și anume

[ʃaɪs], [róchifelə] și [nékərmən]. Ele, indiferent de context (argotic, colocvial, regional etc.), rămân barbarisme, cuvinte străine, care nu ajung să se autohtonizeze.

Concluzie

Necunoașterea suficientă a antroponimelor, a ariei profesionale în care aceste personalități și-au dezvoltat activitatea, poate duce înspre interpretări eronate ale sensurilor, înspre utilizări deformate în cadrul expresiilor, precum și înspre pierderea posibilităților combinatorii ale acestora. Pentru ca o astfel de sintagmă, axată pe un termen străin, să intre într-un dicționar important al limbii române, este nevoie de o îndelungată cooptare a acesteia în limbajul cotidian, dar și de o analiză atentă din partea cercetătorilor din domeniul lingvisticii, cu comentariile de rigoare și cu extrapolările de sens care se impun. Perspectiva semantică pozitivă sau negativă, generată de un asemenea antroponim, nu este oferită de raportarea la un singur moment istoric, înfățișat de realitatea extralingvistică proximă, ci de un întreg ansamblu de transformări produse într-o cultură anume, reacții surprinse, ajungându-se, prin ricoșeu, chiar la cercetarea minuțioasă a activității desfășurate pe parcursul unui veac de către diferiți indivizi de marcă. Doar numele proprii ale personalităților cu adevărat importante și puternice pot crea termeni substantivali ori adjectivali cu o anume conotație, care să inspire caracterul oral al unei limbi și să ajungă până într-acolo încât să fie utilizate metaforic, fără a face apel la gramaticalizare.

Limbajul, prin aceste „incomode” intruziuni lexicale, își arborează steagul pitorescului, al exoticiului. Este cunoscut faptul că „(...) numele propriu are caracteristici, precum sonoritatea sau conotațiile, care intervin în grade diferite în constituirea sensului sau, cel puțin, în impactul sociolingvistic al acestui semn ca desemnator.” (Ballard 2011, 176) Întotdeauna, numele propriu a constituit prilej de mutații în structurile intime ale limbii. Atunci când, prin repetiție, se impune, el e susceptibil să definească spații întregi de comunicare, în regim de permanentă revelație.

Bibliografie

- Ballard, Michel. 2011. *Numele proprii în traducere*. Traducere integrală în limba franceză. Coordonare traducere. Cuvânt-înainte la ediția în limba română și note de traducere de Georgiana Lungu-Badea. Timișoara: Editura Universității de Vest.
- Ciobanu, Elena, Păun, Maria, Popescu-Marin, Magdalena, Ștefănescu-Goangă, Zizi. 2009. *Dicționar explicativ al limbii române și enciclopedic de nume proprii*. București: Corint.
- *** *Dicționar enciclopedic român*. 1966. Vol. IV, Q-Z. București: Editura Politică.
- *** *Dictionnaire des expressions et locutions. Le Trésor des manières de dire anciennes et nouvelles*. 1989. Par Alain Rey et Sophie Chantreau. Paris.
- *** *Gramatica limbii române. I. Cuvântul*. 2005. București: Editura Academiei Române.
- Pinker, Steven. 2015. *Simțul stilului. Ghid de scriere pentru oamenii inteligenți din secolul 21*. București: Publica.
- Foucault, Michel. 2008. *Cuvintele și lucrurile*. Traducere din limba franceză de Bogdan Ghiu și Mircea Vasilescu. Studiu introductiv de Mircea Martin. Dosar de Bogdan Ghiu. București: RAO International Publishing Company.