Simona CONSTANTINOVICI
Călin POPEȚ
(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 adaption. 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 întreţin spiritul viu al sistemului lingvistic românesc. Ele rămân cuvinte străine, deci nu ajung să se autohtonizeze. Se poate discuta despre reticenţa acestora la adaptare. Dispărând raportarea imediată la realitatea extralingvistică pe care o reprezintă, există riscul să fie utilizate din ce în ce mai puţin, până la dispariţie sau cu o grafie vizibil deformată. Folosite în registrul colocvial al limbii, ele intră în câmpul de acţiune al formelor româneşti inedite de exprimare a superlativului. Sunt utilizate şi de către vorbitorul neşcolit, deşi, prin simpla lor adăugare în discurs, conferă contextului un anumit grad de cosmopolitism. Toate cele trei patronime au intrat, într-un fel sau altul, în secolul al XIX-lea, începutul secolului al XX-lea, în conştiinţa lingvistică a românilor. La oraş, dar şi-n mediul rural, barbarismele Zeiss, Neckermann şi Rockfeller s-au infiltrat subtil în memoria colectivă. Biografia celor trei personalităţi 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 şi valoros într-un anumit domeniu de activitate, prin modul cum au transgresat spaţiul local, regional, naţional, devenind, în timp, branduri internaţionale, 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 învăţământul preuniversitar, superlativul nu apare decât sub forma uneia dintre posibilităţile de exprimare a diferitelor grade ale însuşirii, alături de gradul pozitiv şi cel comparativ. Prin urmare, este cunoscut

BDD-A28944 © 2018 „Jozsef Attila" Tudomanyi Egyetem Kiado Szeged; Editura Universităţii de Vest din Timişoara
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.169 (2026-11-07 03:08:16 UTC)

faptul că adjectivul, ca parte de vorbire flexibilă, cunoaşte diverse posibilităţi de marcare a intensităţii – comparativul (de inferioritate, egalitate şi superioritate) şi superlativul (relativ – de inferioritate şi superioritate – şi absolut). Această situaţie apare din cauză că, în majoritatea lucrărilor de gramatică, superlativul nu apare înregistrat şi 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 şi elementele superlativului din lucrarea de faţă.

Ce este superlativul, dincolo de abordările teoretice existente în tomurile de gramatică, vechi şi noi? De ce fiinţa umană simte nevoia, adesea, de a uza, cu insistenţă, în diferite circumstanţe, formule sintactico-stilistice care traduc sensuri pozitive? Emfaza superlativului, redundanta lui ocurenţă, funcţionalitatea „orbitoare", circumstanţială, oricât ar părea de paradoxal, distorsionează, uneori până la anihilare, limbajul, instalându-i fibra într-o zonă a intangibilului comunicaţional. Superlativul e limita de sus a exprimării.

Corpul său exemplificator poate fi considerat restrâns, în comparaţie cu alte aspecte ale gramaticii şi lexicului, care propun un set mai generos de situaţii sau de contexte generatoare de motivaţie analitică, interpretativă. Din această cauză, probabil, nu a atras interesul lingviştilor, 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 şi de motivare suplimentară a unor sensuri. Ştiinţele exacte nu excelează în folosirea structurilor superlative, deoarece aria lor predilectă de cercetare se concretizează în jurul aproximaţiilor de tot felul. Când aceste aproximări se adună în esenţa unei soluţii, a unei formule, a unui postulat, nu mai e necesar a se jongla cu superlativele. Michel Foucault amintea, în registru metaforic, de existenţa unui „spaţiu deschis în cuvinte", valabil şi-n epoca postmodernă, nu doar în cea renascentistă ori clasică: „(…) aici vor căuta în primul rând timpurile ce vor veni ceea ce am ştiut sau gândit, căci cuvintele, în decupajul lor frust, sunt repartizate pe această linie de mijloc prin care ştiinţa stă alături de percepţie şi reflecţia alături de imagini. În ele ceea ce ne imaginam devine ceea ce ştim şi, în schimb, ceea ce ştim 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 faţete. Elementele lexicale reconfigurează permanent substanţa limbajului, adăugând nuanţe, operând flagrant sau discret modificări de natură conceptuală.

Distribuţia 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, cunoaşterea fişelor biografice ale personajelor invocate. Acestea nu sunt neapărat cunoscute din scoarţă-n scoarţă, dar există, fără doar şi 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 prosperităţii, ale bogăţiei sau ale filantropiei. Toate sunt legate de numele unor oameni bogaţi, cu afaceri importante în peisajul economic al acelor decenii şi cu impact asupra lumii internaţionale, aflate în

BDD-A28944 © 2018 „Jozsef Attila" Tudomanyi Egyetem Kiado Szeged; Editura Universităţii de Vest din Timişoara
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.169 (2026-11-07 03:08:16 UTC)

plin proces de câştigare a unor etape de evoluţie exemplară. Influenţa se exercită la acest nivel, prima dată. Probabil că au existat schimburi de natură să impulsioneze un anumit tip de activitate. Comerţul 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 spaţiul local, regional şi au devenit *branduri* internaţionale, afaceri de succes, adică, dacă ar fi să utilizăm un cuvânt în vogă azi.

ZEISS[1]**.** A apărut, în limba română, în regiunea vestică a ţării şi-n Ardeal, acolo unde contactul cu nemţii a fost mai intens, într-o anumită perioadă istorică, dacă îl legăm intim de numele firmei - de la Jena - de aparate şi lentile optice etc. Luminiţa 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, pronunţare a lui, după efectuarea unei activităţi cât se poate de comune: tăierea părului. Rezultatul obţinut, tunsoarea, avea să stârnească la purtător exclamaţia surprinzătoare: *Zeiss!*.

Este absolut indispensabilă menţionarea 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 exclamaţii de tipul: *Zeiss!* („excelent, formidabil") – caz în care îl echivalează, în regim argotic, pe supralicitatul, la ora actuală, *Super!*, devenit, prin frecvenţa cu care e utilizat, un „parazit" lexical. „*Eşti zeiss*!" sau, mai pe româneşte, prin adaptare la sistemul fonetic, „*Eşti* ţais!". „*Un lucru zeiss*" este un lucru bine făcut, cum ar veni. Perfect, căruia nu i se mai aduc obiecţii. Sensul e intim legat de numele patronului firmei nemţeşti de lentile optice, Carl Zeiss. Când ne gândim la precizia cu care aceste obiecte sunt realizate, la funcţionalitatea lor, semantismul dominant se profilează clar în mintea noastră.

„Lucrurile merg *zeiss*." Ca la carte, adică. Cu toţii suntem familiarizaţi cu acest sindrom românesc, raportarea la ţările occidentale şi la realizările acestora. Lucrurile de înalt nivel calitativ ale Germaniei, în primul rând, funcţionează ca un reper. Sigur că româna are şi alte formule de marcare a perfecţiunii, 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 şi, prin aceasta, rară, *roate*, în locul obişnuitului plural actual *roţi*. *Zeiss*, însă, contrage comparaţia şi rupe ritmul normei. Când spunem *a merge zeiss*, subînţelegem structura comparativă: *ca un mecanism nemţesc/ elveţian/ occidental*, recunoscut pentru precizia sa, ca un obiect perfect, căruia nu i se mai pot aduce îmbunătăţiri. Se constată şi *emfaza* unei astfel de întrebuinţări 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 puţin trei posibilităţi oferite de chiar mecanismul de funcţionare a sistemului lexico-morfologic românesc: **1**. printr-o comparaţie: ***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 şi bănăţene, un adjectiv împrumutat din germană, acolo unde influenţa acestei limbi s-a făcut simţită: ***fain***. E evidentă folosirea lui *zeiss*, în unele

1. ZEISS [ţaĭs], 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)

BDD-A28944 © 2018 „Jozsef Attila" Tudomanyi Egyetem Kiado Szeged; Editura Universităţii de Vest din Timişoara
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.169 (2026-11-07 03:08:16 UTC)

contexte, ca sinonim pentru *minunat* sau familiarul *fain*. Ca şi 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 locuţiunii adverbiale cu semnificaţie de superlativ *din calea-afară de*. (Vezi GLR 2005, 163)

Toate sunt mijloace obişnuite de marcare a superlativului în română, cu diferenţele 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 discuţii conţin 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 şi substantivul de origine slavă *strună*. Cum bine ştim, „în afara procedeelor gramaticalizate de redare a superlativului, ideea de superlativ se realizează şi 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 uşurinţă, mai apoi, în cel scris. „Ideea de superlativ poate fi exprimată şi de câteva substantive care se comportă adverbial: *beat* ***turtă***, *scump* ***foc*****,** *singur* ***cuc***, îndrăgostit ***lulea*** etc." (GLR, p. 163)

NECKERMANN[2]. (A fi totul) *ca-n Neckermann*. Exista, mai demult, şi expresia „ca-n Neckermann", tot cu trimitere la o firmă germană, de această dată, de mobilă. Sau, mai simplu: *Neckermann*, cu subînţelegerea particulei *ca*, specifice comparaţiei. În acest fel, putem vorbi chiar de un regim de sinonimie între cele două antroponime, *Zeiss* şi *Neckermann.* Aceasta a dispărut între timp, dar a rămas expresia, la nivelul limbii române vorbite. Firma respectivă avea şi o revistă aferentă, de promovare a produselor proprii, „Neckermann". Amintim faptul că „Neckermann" şi „Quelle" erau reviste de modă occidentale, voluminoase, adevărate cataloage, în anii optzeci. Erau rarităţi, aduse cu dificultate din străinătate. Tinerii din ţările comuniste visau să le răsfoiască. Acolo se afla esenţa modei, lucrurile de neatins, o altă lume, fascinantă, perfectă, orbitoare, intangibilă. După cum se poate observa, graţie numelor purtate de aceste reviste, antroponimele respective au intrat în memoria colectivă, în imaginarul românesc al acelor vremuri. Este de la sine înţeles faptul că ele s-au transmis de la o generaţie la alta, însă, în majoritatea cazurilor, fără a fi cunoscut semantismul acestora ori contextul în care au apărut şi s-au utilizat atât de frecvent. Necunoaşterea biografiei acestor personalităţi poate duce la o deturnare clară a înţelesului expresiei sau la erorile de întrebuinţare apărute în actele de limbaj.

Iată două nume de persoană, *Zeiss* şi *Neckermann*, care, cel puţin în spaţiul lingvistic românesc, au făcut „istorie". Incitant, fertil domeniu de cercetare, cu posibilitatea de a fi extins şi la celelalte limbi, romanice sau nu, care au intrat în contact cu spaţiul economic nemţesc sau american. Se poate discuta şi despre reticenţa 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 puţin, până la dispariţie 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 internaţional. A fost, în acelaşi timp, preşedinte (1967-1989) al Fundaţiei Deutsche Spolthiefe. (Vezi DE, 1993-2009)

BDD-A28944 © 2018 „Jozsef Attila" Tudomanyi Egyetem Kiado Szeged; Editura Universităţii de Vest din Timişoara
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.169 (2026-11-07 03:08:16 UTC)

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 româneşti atipice de exprimare a superlativului. Sunt utilizate şi de vorbitorul neşcolit, deşi adăugarea lor în discurs conferă un grad de cosmopolitism evident.

ROCKEFELLER[3]. *A fi* sau *a se crede Rockefeller*. Din aceeaşi gamă stilistico-semantică face parte şi *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 conştiința lingvistică a românilor. Nu a tuturor, nu are cum să penetreze toate mediile sociale. La oraş, mai cu seamă, dar, cum am văzut, chiar şi-n mediul rural, *zeiss, neckermann şi rockfeller*, oricât de dificil s-ar impune aceste nume la nivelul grafiei, ele au intrat cumva, s-au infiltrat uşor în memoria colectivă.

În timp, s-a format o întreagă 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 aceşti termeni erau folosite de părinți şi bunici, deopotrivă. La sat, unul bănățean, unde copiii, de regulă, îşi 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 aceştia 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 şi locuțiunile unei limbi, în general, nu putem omite geneza lor, punctul acela declanşator, când se impun, când apar cu o anumită frecvență în discursul oral, şi, 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 şi 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, şi 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 industriaş şi 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 bogătaşilor lumii este faptul de a fi donat un miliard jumătate de dolari în scopuri diverse, educație, sănătate. A înființat *Universitatea din Chicago* şi *Institutul Rockefeller de Cercetări Medicale*, devenită *Universitatea Rockefeller*. (Vezi DE, 1993)

BDD-A28944 © 2018 „Jozsef Attila" Tudomanyi Egyetem Kiado Szeged; Editura Universității de Vest din Timişoara
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.169 (2026-11-07 03:08:16 UTC)

paradigma inadaptabilelor din lexicul românesc, deşi integrate în structuri sintactice deja existente în limbă. Putem vorbi şi de activarea sensului metaforic, în acest caz.

Alain Rey surprinde admirabil, în *Introducerea* la *Dictionnaire des expressions et locutions*, modul în care locuţiunea sau, prin extensie, expresia, în orice fel ar fi constituită, croieşte 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 mulţi vorbitori, pot rămâne neclare, aduc mult cu cele utilizate în reclame, cele care apar în regimul publicităţii, acolo unde numele proprii intervin ca nişte faruri de care se agaţă ochii consumatorului. Alţi comentatori ar putea conchide că avem a face, nici mai mult nici mai puţin, decât cu nişte *patronime-zombie*, atât de puţin necesare într-o limbă romanică, în stare a se hrăni dintr-un fond lexical preexistent, solid şi fără fisuri. (Pinker 2015, 115)

Consemnarea în dicţionarele de specialitate

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

Amintim prezenţa lui *Zeiss* în *Dicţionar explicativ al limbii române şi enciclopedic de nume proprii*, Bucureşti, 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 frecvenţă mai mare în utilizarea cotidiană, fiind susceptibil de o eventuală adaptare fonetică (vezi pronunţia ţaís).

Consemnarea lui în partea secundă a acestui dicţionar, cea alocată numelor proprii, ne-a făcut să credem că el va apărea, în chip firesc, şi la secţiunea 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 carenţă acest fapt. În fond, nu înţelegem după ce criterii a fost realizată selecţia numelor proprii asupra cărora cele patru cercetătoare şi-au focalizat interesul. Normal ar fi fost să existe un canal de comunicare între cele două părţi ale lucrării, dacă tot au fost sudate şi au ieşit pe piaţă împreună. În paranteză fie spus, ca să fim cârcotaşi până la capăt, nu se justifică nici folosirea determinantului *enciclopedic*, în atare situaţie.

Extraneitate şi inadaptare

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

BDD-A28944 © 2018 „Jozsef Attila" Tudomanyi Egyetem Kiado Szeged; Editura Universităţii de Vest din Timişoara
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.169 (2026-11-07 03:08:16 UTC)

directă: existența unui sens presupune o cunoaștere directă a referentului sau indirectă, printr-o descriere de tip enciclopedic." (Ballard 2011, 176) Aşadar, dacă realitatea extralingvistică este necunoscută vorbitorului actual de limba română, soarta acestor vocabule nu este strălucită. În aceeaşi ordine de idei, tindem să credem că şi 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 şi cum/ dacă/ în ce măsură se produce transferul sensului în limba care le găzduieşte. 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. Exprimarea adecvată a sensului, atunci când structurează expresii în română, e favorizată de indicii primi, sociali, de referentul socio-cultural. Cum bine știm, „în afara procedeelor gramaticalizate de redare a superlativului, ideea de superlativ se realizează şi 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 uşurință, mai apoi, în cel scris. Acestea au, prin urmare, caracter precar, provenit din inadaptare şi frecvență relativ redusă. Avem a face, metaforic spus, cu nişte *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 şi fără fisuri.

Aceeaşi idee este regăsită şi în unele lucrări de specialitate importante, fiind făcute şi alte precizări legate de extensiunea unui termen anume, clasa din care provine şi pe care, în anumite condiții, o desemnează, dar şi 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 aceeaşi clasă, voi putea să le atribui semnul („masă") ca desemnator. În schimb, dacă mi se spune că o persoană se numeşte "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" aceluiaşi 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 *Ceauşescu*,

BDD-A28944 © 2018 „Jozsef Attila" Tudomanyi Egyetem Kiado Szeged; Editura Universității de Vest din Timişoara
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.169 (2026-11-07 03:08:16 UTC)

Hitler şi *Machiavelli*. Activarea semantismului pozitiv, de esenţă emfatică, în expresiile care conţin cele trei patronime vizate, este evidentă. Situaţia se schimbă, însă, dacă ne raportăm la alte nume proprii, cum ar fi *Machiavelli*, *Hitler*, *Ceauşescu*, nume ale unor oameni politici bine-cunoscuţi, în general, care s-au impus şi au generat, în timp, în limba română, cuvinte derivate, cu potenţial semantic negativ (*machiavelic*, *hitlerist*, *ceauşist*). Se pot distinge două paradigme, în funcţie de capacitatea numelor proprii de a menţine, în discursul oral sau scris, la nivel literar sau familiar, indicii ale unor semantisme bine definite, cu impact asupra configuraţiei unei limbi, la un moment dat.

Interesant ar fi de văzut cât de proeminente au fost acele personalităţi, *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 obţinerii unui efect imediat, spontan, total, în comunicare sau în receptare, prin activarea unor astfel de nume străine?

Pentru ca acestea să apară în componenţa unor expresii, de orice natură, şi pentru a genera noi semantisme sau extensiuni ale sensului, precum şi putere derivativă, e nevoie de o cât mai îndelungată utilizare a lor, în cadrul tuturor claselor de vârstă şi sociale, dar şi de cunoaşterea şi transmiterea acestor informaţii în mod corect. Altfel, curba spaţio-temporală ar fi văduvită de sens şi termenii ar dispărea lent, aşa cum ne sugerează livresc Michel Foucault: „(…) ceea ce descoperim în adâncul limbajului vorbit, ca şi în acela al scrierii, este spaţiul retoric al cuvintelor: această libertate a semnului de a veni să se aşeze, în funcţie 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 universalităţii naturii umane, ele n-au încetat să se desfăşoare în forme diferite, dacă şi-au avut, fiecare, istoria, modele, deprinderile, uitările lor, aceasta se întâmplă deoarece cuvintele au locul lor, nu în *timp*, ci într-un *spaţiu* unde pot să-şi găsească locul de origine, să se deplaseze, să se întoarcă asupra lor înseşi şi să desfăşoare lent o întreagă curbă: un spaţiu *tropologic*.” (Foucault 2008, 187)

De ce vorbim despre *gamele minore ale exprimării superlativului în română*? (Sigur că sunt şi altele, dar le-am ales pe acestea, pentru că demonstrează extrem de exact capacitatea limbii de a atrage străinisme, în numele unor relaţii de poziţionare socială şi antropologică, finalmente.) Pentru că aduc un aşa-zis prejudiciu limbii literare, forţând căile de intrare în normă. Pentru că, orice argumente am genera, luate independent, în afara proximităţilor contextuale sau a angrenajului superlativ, *Zeiss*, *Neckermann* şi *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 internaţionalismelor de dată relativ recentă. Sunt nume proprii care, la o simplă activare, ar trebui să producă un efect spontan pentru interlocutor, să acţioneze instantaneu, fără explicitări, fără paranteze lămuritoare, asemenea unei monede de schimb între vorbitori ai aceleiaşi limbi sau ai unor limbi distincte. Pentru că au şanse minime de a se menţine în limbă şi de a genera alte structuri lexicale viabile, de genul compuselor, derivatelor etc. În aceste trei cazuri, este vorba despre o reticenţă majoră la adaptare. Aceasta reiese din păstrarea pronunţiei *ad litteram* din limba sursă, şi anume

BDD-A28944 © 2018 „Jozsef Attila” Tudomanyi Egyetem Kiado Szeged; Editura Universităţii de Vest din Timişoara
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.169 (2026-11-07 03:08:16 UTC)

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

Concluzie

Necunoaşterea suficientă a antroponimelor, a ariei profesionale în care aceste personalităţi şi-au dezvoltat activitatea, poate duce înspre interpretări eronate ale sensurilor, înspre utilizări deformate în cadrul expresiilor, precum şi înspre pierderea posibilităţilor combinatorii ale acestora. Pentru ca o astfel de sintagmă, axată pe un termen străin, să intre într-un dicţionar important al limbii române, este nevoie de o îndelungată cooptare a acesteia în limbajul cotidian, dar şi de o analiză atentă din partea cercetătorilor din domeniul lingvisticii, cu comentariile de rigoare şi 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, înfăţişat de realitatea extralingvistică proximă, ci de un întreg ansamblu de transformări produse într-o cultură anume, reacţii surprinse, ajungându-se, prin ricoşeu, chiar la cercetarea minuţioasă a activităţii desfăşurate pe parcursul unui veac de către diferiţi indivizi de marcă. Doar numele proprii ale personalităţilor cu adevărat importante şi puternice pot crea termeni substantivali ori adjectivali cu o anume conotaţie, care să inspire caracterul oral al unei limbi şi să ajungă până într-acolo încât să fie utilizate metaforic, fără a face apel la gramaticalizare.

Limbajul, prin aceste „incomode" intruziuni lexicale, îşi arborează steagul pitorescului, al exoticului. Este cunoscut faptul că „(…) numele propriu are caracteristici, precum sonoritatea sau conotaţiile, care intervin în grade diferite în constituirea sensului sau, cel puţin, în impactul sociolingvistic al acestui semn ca desemnator." (Ballard 2011, 176) Întotdeauna, numele propriu a constituit prilej de mutaţii în structurile intime ale limbii. Atunci când, prin repetiţie, se impune, el e susceptibil să definească spaţii întregi de comunicare, în regim de permanentă revelaţie.

Bibliografie

Ballard, Michel. 2011. *Numele proprii în traducere*. Traducere integrală în limba franceză. Coordonare traducere. Cuvânt-înainte la ediţia în limba română şi note de traducere de Georgiana Lungu-Badea. Timişoara: Editura Universităţii de Vest.

Ciobanu, Elena, Păun, Maria, Popescu-Marin, Magdalena, Ştefănescu-Goangă, Zizi. 2009. *Dicţionar explicativ al limbii române şi enciclopedic de nume proprii*. Bucureşti: Corint.

*** *Dicţionar enciclopedic român*. 1966. Vol. IV, Q-Z. Bucureşti: 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. Bucureşti: Editura Academiei Române.

Pinker, Steven. 2015. *Simţul stilului*. *Ghid de scriere pentru oamenii inteligenţi din secolul 21*. Bucureşti: Publica.

Foucault, Michel. 2008. *Cuvintele şi lucrurile*. Traducere din limba franceză de Bogdan Ghiu şi Mircea Vasilescu. Studiu introductiv de Mircea Martin. Dosar de Bogdan Ghiu. Bucureşti: RAO International Publishing Company.

BDD-A28944 © 2018 „Jozsef Attila" Tudomanyi Egyetem Kiado Szeged; Editura Universităţii de Vest din Timişoara
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.169 (2026-11-07 03:08:16 UTC)