SPECIFIC TERMINOLOGY VS. COMMON LANGUAGE IN THE FIELD OF TOURISM

Elena Dumitrașcu

Lecturer, PhD, "Ovidius" University of Constanța

Abstract:Our society is a society of information and communication and linguistic contents are strongly influenced by this aspect. As currently science is in full development, we become aware of the impetuous need of "naming" objects that are being created, of giving names to new discoveries or emerging fields of study, such as informatics, biotechnology, environmental sciences, sustainable development, and so on. Extrapolating, the question arises whether tourism discourse is a specialized language or a common language? According to our study, the answer lies within a continuous process taking place between specialized and common language within the nature of texts and the function they are fulfilling.

Keywords: specialized language, terminologization, determinologization, term migration, common language

Atât timp cât inovațiile tehnico-științificevor continua să apară, limbile de specialitate vor continua la rândul lor să se îmbogățească, în paralel, cu noi concepte sau prin introducerea conceptelor vechi în noile domenii. Din moment ce există și vor exista schimburi de servicii și de tehnologii între domenii de specialite diferite, va exista inovație și schimb de concepte și de unități lexicale între limbile de specialitate, deoarece utilizarea conceptelor se face în paralel cu utilizarea termenilor care le desemnează.

Pentru această cercetare, ne-am oprit la ghidurile turistice tipărite, încercând să studiem modul în care sunt descrise destinațiile turistice din România și Franța, și cum sunt ele prezentate *cititorului,* viitor turist. În alegerea lor, am căutat ca aceste materiale să fie cât mai recente și am ales ghiduri care să acopere mai multe regiuni din România și din Franța.Acest corpus scris este format din următoarele ghiduri : pentru limba română : Ghid Turistic *România,* Ed. Ad Libri, Col. Mergi și vezi, București, 2007. Pentru limba franceză : Guides Verts Michelin *Paris,* 2017; Guides Verts Michelin *Alsace,* 2016; Guide du Routard *Corse,* 2017; Guide du Routard *Paris* et *ses anecdotes surprenantes,* 2017.

In discursul profesional al ghidului turistic, termenii tehnici ocupă un loc important în descrierea locurilor, putând fi inserați în povestirea unor evenimente, în prezentarea sau explicarea unui punct de vedere, ș.a. Ținând cont de faptul că specialiștii din turism trebuie să-și utilizeze cunoștințele, ei sunt obligați să elaboreze discursuri exacte, explicând un procedeu, o succesiune de evenimente sau o mișcare culturală. Din acest motiv, dscursul turistic va avea o puternică componenetă tehnică.

Arhipelag XXI Press, Tîrgu Mureș, 2017, e-ISBN: 978-606-8624-01-3

BDD-V4101 © 2017 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-02 23:44:06 UTC)

Limbajul reprezintă o sursă importantă pentru publicitate, aceasta folosind diverse tehnici lingvistice, la diferite niveluri, pentru a fi persuasivă și seducatoare, precum fonetica, lexicul și morfologia, semantica și pragmatica. Aceste mijloace lingvistice sunt atât de puternice, încât reflectă valori culturale și sociale și, în același timp, reușesc să creeze noi atitudini și nevoi. Conform acestei perspective, se poate argumenta că limbajul turismului ar trebui să fie considerat un discurs specializat, deoarece utilizează resurse lexicale, fonetice, morfosintactice și textuale ale limbajui general, care sunt de obicei utilizate în formarea textelor de specialitate, inclusiv a celor care se ocupă cu promovarea turismului.

Întrebarea dacă limba turismului ar trebui să fie considerată un limbaj specializat sau nu, încă este controversată. Nigro (2006:48) afirmă că limbajul turistic este o variantă specializată, un subsistem al limbii comune, care recurge la regulile lexicale, la structurile morfologice și textuale ale acesteia, utilizat într-un domeniu profesional, cu un scop descriptiv și comunicativ, atât între specialiștii unui domeniu de referință, dar și în relațiile cu publicul larg .

Gotti (2003:19) afirmă că limbajul turismului are, în principal, două niveluri diferite de exprimare: pe de o parte, el poate fi considerat un discurs specializat adoptat de către experții care împărtășesc cunoștințe și proceduri standard. Ca o consecință, acest tip de limbaj și-a dezvoltat propria terminologie pentru a exprima noi concepte, cum ar fi cele mai recente tipuri de servicii oferite sau noi sarcini pentru persoanele implicate în acest sector (Gotti 2003: 23). Exemplele includ*: tururi ghidate, operator de turism și pachet de vacanță, excursii cu ghid /formule du midi, hébergements labellisés, assurances annulation/assistance,* ș.a.

Pe de altă parte, când limbajul turismului este utilizat în interacțiunile dintre specialiști și publicul profan - de exemplu, în promovarea turismului - acesta tinde să fie similar cu limbajul comun. Tot el susține că există un număr mare de similitudini între limbajul turimului și cel general din moment ce oamenii nu au nevoie de un nivel ridicat de specializare pentru a-l înțelege. Ca urmare a acestui fapt, nu se poate spune că limbajul turismului are un «cod restricționat», deoarece profesioniștii din domeniu adoptă limbajul într-un mod creator și original (2003: 21).

Din cauza caracterului interdisciplinar, al intersectării limbii comune cu totalitatea limbilor de specialitate care formează lexicul domeniului turistic, este greu să delimităm în mod clar lexicul de specialtate. Această interdisciplinaritate se resimte la nivelul lexicului din domeniul turistic, deoarece mulți termeni aparțin diferitelor sectoare de activitate precum: serviciul de cazare hotelieră, serviciul de alimentaţie publică, activităţile cultural-artistice şi de agrement, activităţile de informare, activitățile de intermediere, ș.a.(Nigro 2006:42).Scrierile promoționale, cum sunt ghidurile turistice, caută înainte de toate să instaleze o conivență între locutor și alocutor. Pentru acest lucru, ele recurg de preferință la limbajul celor cărora li se adresează, folosind un cod cultural comun.

Așa cum am arătat mai sus, specialiști din diferite țări au cercetat cu atenție limbajul turismului și au demonstrat că acesta poate fi considerat un discurs specializat.

Terminologizare-Determinologizare- Migrare

Discursul turistic se caracterizează printr-un număr de particularități care permit individualizarea lui în raport cu alte tipuri de discurs. Cea care ne ajută să explicăm această problemă este Maria Vittoria Calvi (2010), care distinge două componente fundamentale ale discursului turistic: mai întâi, o *dimensiune tematică* care are un conținut ce provine din mai multe discipline și domenii profesionale cum ar fi : marketingul, geografia, arta, sociologia, economia, sport, istoria, gastronomia, ș.a. și o *componentă comunicațională* care îndeplinește,

Arhipelag XXI Press, Tîrgu Mureș, 2017, e-ISBN: 978-606-8624-01-3

BDD-V4101 © 2017 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-02 23:44:06 UTC)

conform contextului, diferite funcții. De aceea, este greu de determinat cu precizie, domeniul de apartenență a discursului turistic, deoarece componenta tematică a acestuia este rezultatul întrepătrunderii mai multor discipline. (Nigro 2006 :50)

Agorni (2012:4) susține ca limbajul turistic se deosebește de alte limbaje de specialitate. În primul rând, contrar altor tipuri de discurs, discursul turistic se adresează publicului larg și nu unei elite de profesioniști, întrucât funcția principală a acestuia este atragerea și convingerea unui număr cât mai mare de turiști să cumpere produsul oferit. În al doilea rând, în timp ce alte discursuri precum discursul juridic, medical sau economic au un lexic precis, discursul turistic recurge la limbajul cotidian. El se întâlnește în multiple tipuri de interacțiuni care au propriile nevoi comunicaționale și anume : informarea, identificarea așteptărilor cititorilor, persuadarea, gestionarea diferențelor culturale. Această complexitate a discursului turistic reprezintă una dintre specificitățile lui. Pentru a convinge cititorul și pentru a-și vinde produsul turistic, discursul turistic încearcă să reorganizeze și să reelaboreze informațiile și lexicul limbii comune.

Relaţiile existente între lexicul comun şi cel specializat fac posibilă deplasarea unităţilor lexicale dintr-un registru în celălalt. Pe de o parte, vocabularul specializat «*atrage*» prin transfer și specializare elemente curente ale lexicului comun printr-un fenomen de *terminologizare*, sau prin trecerea cuvintelor din limbajul specializat în cel comun, fenomen numit *determinologizare;* pe de altă parte, are loc un transfer de termeni aparținând diferitelor domenii specializate, care vor fi supuşi unei alte specializări sau unui nou transfer metaforic, prin *hiperspecializare.* În această ultimă situaţie pot fi observate relaţiile de polisemie interdisciplinare.

Este interesant de remarcat că aceste mutări de ordin semantic se situează la nivelul semnificatului și nu la cel al semnificantului, motiv pentru care sunt înregistrate utilizări improprii (deviate) în raport cu contextul sau cu referentul. Acest fenomen nu este unul izolat și nici nu este caracteristic numai limbii române, el fiind înregistat și în alte limbi europene, cum este limba franceză.

Terminologizarea unităților lexicale

Terminologizarea este procedeul prin care un cuvânt din limba comună intră în limba de specialitate, unde este însoțit de modificări semantice, se specializează și devine termen.Odată ce a fost asimilat de noul domeniu, în cadrul transferului semantic, termenul va desemna un nou concept. Prin atribuirea de sensuri specializate cuvintelor deja existente în limbă, se răspunde unor nevoi ale limbii de specialitate și se creează o sursă inepuizabileă de termeni noi. Astfel, câteva exemple vor fi edificatoare pentru susținerea afimației de mai sus :

« *S-au păstrat de atunci* ***piciorul*** *podului construit la ordinul împăratului Traian de către arhitectul Apolodor din Damasc*----»(GTRo:6)

«Pe ***sprînceana*** *dealului sunt sere deschise publicului .»* (GTRo:238)

« Il y a même un petit bout de plage ***au pied*** *de l'hôtel »* (GVMC:127)

În limba comună, sensul cuvântul *picior*,(trimitere DEX 2009 : s.v. picior) înseamnă «*Fiecare dintre cele două membre inferioare ale corpului omenesc, de la șold până la vârful degetelor, și fiecare dintre membrele celorlalte viețuitoare, care servesc la susținerea corpului și la deplasarea în spațiu*.» Perceput ca un cuvânt ce aparține vocabularului comun, contextul turistic este cel îi conferă calitatea de termen de specialitate, cu sensul actual de : «*Element al unei construcţii care serveşte la susţinerea şi la legarea ei de teren; partea de jos, masivă, a unei construcţii, a unui zid»* . În urma acestui transfer, elementele lexicului comun, utilizate pentru a reflecta realitățile unei sfere profesionale, se specializează, dobândind accepții științifice, adică obțin calitatea de termeni. Bidu-Vrînceanu susține că sensul specializat al cuvintelor provenite

Arhipelag XXI Press, Tîrgu Mureș, 2017, e-ISBN: 978-606-8624-01-3

BDD-V4101 © 2017 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-02 23:44:06 UTC)

din limba comună este dat de asocierea acestora cu termeni din domeniul specializat, în cazul nostru aceștia sunt «*podul, dealul, hotelul»*, termeni ce aparțin unor domenii de referință diferite.

Determinologizarea termenilor

Un fenomen în exclusivitate caracteristic vocabularului actual este trecerea unor termeni specializati în limba comună. Acest proces este numit de Bidu-Vrânceanu (2007: 155-181) **determinologizare,** prin care termenii deja utilizați pe scară largă pot fi introduși, treptat, utilizând diferite canale, în viața de zi cu zi, devenind elemente de limbaj comun. Prin acest transfer, termenii nu mai sunt percepuți ca fiind specializați, deoarece numai sensul lor este larg utilizat. Acest lucru poate fi explicat prin faptul că, înainte de a fi adoptați de limba de specialitate, ei au aparținut limbii generale. Determinologizarea este un fenomenul semantic care însoţeşte trecerea unor termeni specializaţi în comunicarea obişnuită, datorită «*ridicării barierelor cunoaşterii*» specifică epocii actuale, sau fenomenului numit de Meyre & Mackintosh « *dilution*»(2000:204), de exemplu:

«*Începând cu secolul al XIV-lea, Timişoara* ***a servit*** *drept capitală a Banatului --»* (GTRo:372)

«La petite ville a ***conservé*** *son aspect médiéval, ses vieilles maisons* ---»(GVMA:225)

In primul exemplu, verbul *a servi* are sensul de «*a funcționa ca»* (trimitere DEX 2009 : s.av. servi).Verbul *conserver*, ca termen specializat se utilizează în domeniul marinei sau al tipografiei. In exemplu nostru el are sensul de *ne pas laisser disparaître, protéger.* Cei doi termeni specializați « *a servit și a conservé »* au intrat în limbajul curent prin extensie semantică, căpătând sensuri figurate.

Astfel, putem observa că, în cadrul transferului terminologic realizat în ambele sensuri, există o zonă «*mixtă »,* în care unitățile limbii comune se încarcă cu valori specializate, iar termenii limbii de specialitate se *banalizează,* care presupune « *o reală extindere și asimilare a unor termeni științifici în limba comună*»(Bidu-Vrînceanu 2007:157). Termenii utilizați de specialiștii unui domeniu referențial și care trec în limba comună sunt numiți de Meyer & Mackintosh (2000:203) «*des termes détérminologisés*», iar fenomenul prin care un termen trece din limba de specialitate în limba comună este denumit « *l' étirement du sens ».*(Meyer&Mackintosh 2000:119).

«Lorsqu'il est repris par la langue générale, un terme adopte un sens plus large que lorsqu'il est confiné à un domaine spécialisé.»

În terminologia turismului se întâlnește fenomenul de banalizare care are loc când termenii specializați intră în limba comună. Acest proces al banalizării termenilor specializați este interpretat în două sensuri și anume : fie prin trecerea unei unități specializate în limba comună, fie prin utilizarea metaforică a anumitori termeni în limba comună.

Unele unități au capacitatea de a trece în limba comună mult mai repede decât altele(Meyer& Machintosh 2000: 214). Un exemplu elocvent este informatica. Ea furnizează numeroase exemple de terminologizare, cum ar fi cuvintele *fereastră și birou* care, într-o primă fază, au fost terminologizate, adică au intrat în limba de specialitate, și anume a informaticii, apoi sensul lor specializat s-a întors în limba comună, fiind larg difuzat. Putem explica aceste mișcări între limba de specialitate și limba comună, nu numai prin locul pe care îl ocupă informatica în viața noastră, dar și prin simplitatea morfologică a termenilor, cât și prin prezența acestora în limba comună, înainte de a dobândi un sens specializat.

Arhipelag XXI Press, Tîrgu Mureș, 2017, e-ISBN: 978-606-8624-01-3

BDD-V4101 © 2017 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-02 23:44:06 UTC)

Migrarea termenilor

O caracteristică a discursului turistic **este gradul de îndatorare** față de alte câmpuri semantice ce aparțin diferitelor limbi specializate. Acest lucru se explică prin interdisciplinaritate, adică limbajul turismului este puternic influențat de limbile specializate ale unui larg evantai de discipline și de domenii profesionale care alcătuiesc domeniul turismului, ca de exemplu: agenții de voiaj, hoteluri, restaurante, mijloace de transport, muzee, ș.a.

În cazul ghidurilor turistice, numite de Mariagrazia Margarito (2008:63-73) «*adevarate rezervoare de împrumuturi lingvistice»* acestea oferă informații fundamentale și detaliate cu privire la istorie, cultură, religie, gastronomie, cazare și restaurație, faună și floră, ș.a., teme de interes major pentru *cititorul-călător.* Conform specialiştilor, lexicul din turism se conformează acestor clase emergente, astfel încât fiecare categorie are o terminologie proprie, existând însă şi o terminologie generală care planează asupra acestor segmente.

Fiecare limbă de specialitate are propriul stoc lexical ce corespunde situațiilor specifice unei profesii. Astfel, în ghidul turistic, locutorul va recurge la termeni tehnici proprii domeniului turistic, dar el poate să utilizeze și termeni specializați derivați din alte domenii profesionale pentru a completa un aspect al discursului său.

Termenii care provin din diferitele domenii de referință sunt foarte dinamici și, în virtutea *migrării conceptelor,* au capacitatea de a trece cu ușurință dintr-un domeniu în altul, prin achiziționarea de noi sensuri, **prin reterminologizare** sau **hiperspecializare,** după cum afirmă Bidu-Vrânceanu (2011:11-23)**.** Odată ce noua unitate intră în terminologia gazdă, ea va avea propria evoluție morfologică și semantică, independentă de domeniul din care a venit.

Această migrare a termenilor dintr-un domeniu de referinţă în altul este foarte des întâlnită în discursul turistic în limbile română și franceză. Ne-am oprit asupra câtorva exemple culese din copusul nostru, în care termnii dobândesc sensuri metaforice, de exemplu: termeni specifici domeniului seismologic utilizați în lumea divertismentului : *«Vama Veche* ***este epicentrul*** *distracției estivale* : *.»*(GTRo: 78); termeni din domeniul industriei textile în domeniul publicitar :*«.. barurile și cluburile* ***tivesc*** *plaja --»*(GTRo:163); termeni din medicină utilizați în publicitate *: «****Inima*** *Bucureștiului este Piața Revoluției, [---] vechea axă nord-sud, rămasă și acum principala* ***arteră*** *în care* ***pulsează*** *viața orașului.»* (RGRo : 54) ; termeni preluați din domeniul matematic și intrați în domeniul religios :«*Paștele ortodox* ***se calculează****--»* (GTRo:33); termeni care au intrat din informatică în domeniul religios : «*Sărbătorile specifice unor locuri sunt* ***listate*** *»*(GTRo:33); termeni din domeniul medicinei utilizați în etnologie : «*--o mască a cărei falcă de jos clămpănește în ritmul muzicii, simbol al* ***suferinței*** *anului care a murit*.» (GTRo: 33); din domeniul finanțelor în domeniul sportului :« *--cei mai buni jucători au fost* ***vânduți*** *în stăinătate --»* (GTRo:36); termeni din domeniul militar în domeniul hotelier : «***centrul de comandă*** *pentru un sejur unic*» (GTRo:10); din domeniul construcțiilor utilizați în domeniul publicității : *«...l'un de plus jolis* ***tronçons*** *du «voyage»....»*(GVMP:12), *«elles revenaient* ***bâtir*** *leur nid à chaque printemps»* (GVMP:56); din domeniul jocurilor de noroc în domeniul publicității :« *Considérées[--]comme* ***gage*** *de prospérité et de bonheur»* (GVMP:56); termeni din medicină utilizați în publicitate *:«--un réseau de boucles* ***se greffe*** *sur la Loire»* (GVMP :12); «*encore une autre vue sublime à la fois sur* ***l'épine dorsale*** *du cap Corse, le golfe de Saint- Florent et un morceau de la plaine orientale.»* (GRC:86); din biologie în presă : *La piscine,* ***plantée*** *sur une terasse, est un ravissement*. (GRC:89).

Referitor la transferul unităților lexicale între domenii, Alice Toma (2005: 33-41), afirmă că acesta poate fi studiat statistic. Operând cu termenii *ştiinţă-donator* și *ştiinţă-gazdă,* ea susține că frecvența ridicată a unui termen într-un anumit limbaj arată apartenența acestuia la un domeniu, pe când frecvenţa scăzută indică împrumutarea termenului**.**

Arhipelag XXI Press, Tîrgu Mureș, 2017, e-ISBN: 978-606-8624-01-3

BDD-V4101 © 2017 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-02 23:44:06 UTC)

Determinologizarea ca și terminologizarea, dar și transferul termenilor dintr-un domeniu în altul reprezintă un fenomen de schimb, sau un împrumut explicat prin apropierea limbilor de specialitate de limba comună, prin interacțiunile dintre limba de specialitate și limba comună și dintre limbile de specialitate ale diferitelor domenii.

Utilizarea terminologiilor specializate este un procedeu des întâlnit și în discursul turistic, dar el favorizează omonimia și polisemia, fenomene ce ar trebui evitate de o terminologie care susține monosemia și transparența. (particularități ale discursului de specialitate).

SURSE CONSULTATE

Pentru limba română

1. Ghid Turistic *România,* Ed. Ad Libri, Col. Mergi și vezi, București, 2007. (GTRo)

Pentru limba franceză

1. Le Guide Vert Michelin-*Paris,* 2016 (GVMP)
2. Le Guide Vert Michelin-*Alsace,* 2016 (GVMA)
3. Le Guide du Routard -*Paris,* 2017 (GRP)
4. Le guide du Routard-*Corse,* 2017 (GRC)

BIBLIOGRAPHY

1. Agorni, M. *Questions of mediation in the translation of tourist texts* in Altre modernità 7, Revista di studi letterari e culturali. Universita degli studi di Milano, Faculta di Lettera e Filosofia, 2012, pp. 1-11.
2. Bidu-Vrânceanu, A. (2007), *Lexicul specializat în mișcare. De la dicționare la texte*. București, Editura Universității din București.
3. Bidu-Vrânceanu, (2011), *Diacronia în terminologie,* inAnalele Universităţii «Dunărea de Jos» din Galați, FASCICULA XXIV Anul IV, NR. 1 (5), pp.11-23.
4. Calvi, M.V., **(**2010), *Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificaciòn,* Ibérica 19 (Spring 2010). ISSN 1139-7241, pp. 9-32.
5. *Dicționar explicativ al limbii române* (DEX),(2009), Institutul de Lingvistică Iorgu Iordan, București, Editura Univers Enciclopedic.
6. Gotti, M. (2003), *Specialized Discourse. Linguistic Features and Changing Conventions*. Bern: Peter Lang.
7. Margarito, M.G. (2008), *Une valise pour bien voyager…avec les italianismes du français,* in «Synérgies Italie» n^{0}3.
8. Meyer,I., & Mackintosh, K. (2000), *L' étirement du sens terminologique, aperçu du phénomène de la détérminologisation,* în H. Béjoint şi Ph. Thoiron, pp.198-217.
9. Nigro, M.G. (2006), *Il linguaggio specialistico del turismo : aspetti storici, teorici e traduttivi* Rome, Edizioni Aracne.

Arhipelag XXI Press, Tîrgu Mureș, 2017, e-ISBN: 978-606-8624-01-3

BDD-V4101 © 2017 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-02 23:44:06 UTC)

10. Toma, A.,(2005), *Perspective lingvistice în caracterizarea ştiinţelor „tari" şi a ştiinţelor „slabe"*, în Analele Universităţii din Bucureşti. Limba şi literatura română, Anul LIV, pp. 33-41.

Arhipelag XXI Press, Tîrgu Mureș, 2017, e-ISBN: 978-606-8624-01-3

BDD-V4101 © 2017 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-02 23:44:06 UTC)