EFEMERIDE FRAZEOLOGICE

PHRASEOLOGICAL EPHEMERIDES

(Abstract)

This article refers to the process of conscious change expressions that belong to the current discourse repeated in Romanian. Following aware of changes occurring single variable (hapax legomenon) can be called phraseological ephemerides. By the way they produce fhraseological ephemerides can be assigned to language mistakes (solecisms), but in the effect they have on the reader approaches the figures of speech.

Keywords: Romanian language, phraseology, figures of speech, ephemeral variants.

Cuvintele sau variantele care nu s-au răspândit în uz, având de regulă o singură atestare, sunt încadrabile în categoria efemeridelor lexicale și, de obicei, fac obiectul unor considerații teoretice, dicționarele fiind reticente în ceea ce privește înregistrarea lor.

Caracterul efemer al oricărui fenomen lingvistic are cauze multiple. Poate fi vorba de o anumită concepție, pur lingvistică sau estetico-literară, pe care un utilizator experimentat, de obicei un lingvist, un savant, un scriitor sau un ziarist, încearcă să o transpună într-un idiolect, într-o anumită terminologie sau într-o operă artistică. Latiniștii recomandau *acritate* și *acritudine* pentru *aciditate*, respectiv pentru *acreală*, italieniștii foloseau derivatul *adulător* pentru *lingușitor*, iar pentru denumirea *mediu înconjurător* s-a folosit creația internă efemeră *inconjurime/incungiurime*. Chiar în unele terminologii accesibile vorbitorilor obișnuiți, cum este terminologia culinară, pot fi consemnate efemeride lexicale de felul *pisătură*, echivalentul termenului *pastă*, sau *trecătură*, echivalent pentru *piureu* (Neț 2014: 319 și 322).

Alteori, formele efemere sunt încercări nereușite, de fapt neselectate de uzul general, de adaptare în română a unor cuvinte din alte limbi. Și de această dată a intervenit, dacă nu o anumită concepție despre cum ar trebui

BDD-V4258 © 2017 Editura Univers Enciclopedic Gold
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-01 20:14:24 UTC)

să arate și să funcționeze limba, cel puțin simțul limbii al autorului respectiv. În terminologiile științifice din prima jumătate a secolului al XIX-lea sunt reperabile forme de felul *ascariță* ‘ascaridă’, *înfuzori* ‘infuzori’, *nutremânt* ‘nutriment’, românizări neacceptate de uz ale unor neologisme latino-romanice (Toma 2003: 55– 60 *passim*)

Tot în categoria efemeridelor lexicale sunt incluse și derivatele care fac referire la evenimente, activități, acțiuni, personalități politice care s-au aflat pentru o vreme în atenția opiniei publice. La prima vedere s-ar putea invoca fenomenul economiei lingvstice, prin care se evită utilizarea unei perifraze de felul „acțiune, activitate de amploare, având un anumit scop sau motiv, care vizează un aspect perceput ca deosebit de important din viața publică” (cf. derivatele *a telefoniza* sau *a semaforiza*, care pot substitui perifrazele *a instala telefoane*, respectiv *a instala semafoare*). Procedeul este însă intenționat parodic și nu de puține ori ironic, deoarece derivate ca cele de mai jos exprimă și reprobarea sau persiflarea acțiunii respective cel puțin sub aspectul dimensiunilor exagerate și al consecințelor pe care le are sau le poate avea: *avocatiadă*, *becaliadă*, *borcaniadă*, *căminiadă*, *caţavenciadă*, *ciolaniadă*, *clintoniadă*, *electoriadă*, *feseniadă*, *funariadă*, *grătariadă*, *hingheriadă*, *localiadă*, *mileniadă*, *moşteniriadă*, *parlamentariadă*, *primariadă*, *spitaliadă*, *studenţiadă*, *sutaniadă*, *tăriceniadă, telefoniadă*, *vadimiadă*, *văcăresciadă*, *vangheliadă* etc. (Stoichițoiu Ichim 2001: 25–27).

Și în frazeologie se poate vorbi de variante efemere ale unor unități frazeologice. Cauzele fenomenului sunt, în mare, aceleași ca și în cazul efemeridelor lexicale. Unele unități frazeologice, de regulă calcuri frazeologice efemere după construcții din franceză sau din italiană, au fost utilizate sporadic de unii scriitori atât din secolul al XIX-lea, cât și din secolul al XX-lea, fără a se impune și fără a fi menționate de lucrările lexicografice explicative de uz curent: *a se afla bine* < fr. *se trouver bien* ‘a se simți bine’; *a avea greşeală* < fr. *avoir tort* ‘a greși, a nu avea dreptate’; *a face comic* < fr. *faire comique* ‘a stârni râsul, a fi ridicul’; *a face foc* < fr. *faire feu*, cu sensul ‘a trage cu o armă de foc’; *a da foc* < fr. *donner feu* cu acelaşi sens; *a face raţiune* < fr. *se faire une raison* ‘a se resemna, a accepta situaţia aşa cum este’; *a avea recurs la ceva* < fr. *avoir recours à quelque chose* ‘a se servi de ceva’; *a ridica scrupulele* < fr. *lever les scrupules* ‘a înlătura anumite scrupule, a le face să dispară’; *a fura frontiera* < fr. *voler la frontière* ‘a trece clandestin frontiera’ (Groza 2011: 80–84).

Destructurarea sau restructurarea unor construcții frazeologice este destul de productivă în româna actuală, mai ales în limbajul publicistic. Creatorii unor asemenea variante efemere mizează pe faptul că modelul canonic, supus unei deformări voite prin figurile de construcție, la care se referă Quintilian, citat de Dumistrăcel 2006: 128, *adăugire* „adiectio”, *suprimare* „detractio”, *inversiune* „transmutatio”, *substituire* „immutatio”, îndeplinește o dublă funcție: se referă la un model de exprimare cunoscut și consacrat, dar și la o

BDD-V4258 © 2017 Editura Univers Enciclopedic Gold
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-01 20:14:24 UTC)

situație anume de comunicare, la anumite realități pe care forma inițială nu le poate indica, căpătând în felul acesta și o valoare pragmatică. În plus, tot potrivit observațiilor făcute de Quintilian, este dificil să se facă o deosebire clară între greșeli și figurile de construcție, deoarece unele greșeli se apropie ca frumusețe tocmai de figurile de construcție (Quintilian 2006: I.5.5.).

Deși efemere, variantele realizate prin figurile de construcție amintite imprimă unor construcții frazeologie un caracter dechis, păstrând doar termenii-cheie din structura inițială. Cele mai multe par să fie variantele realizate prin *immutatio (substituire)* care formează adevărate serii de efemeride frazeologice. Prin substituirea repetată a termenului care se află în poziție finală, se obține un fel de paradigmă deschisă. Procedeul este favorizat și de existența unor variații realizate spontan în cadrul unei serii de termeni echivalenți. De exemplu, expresia *cât ai zice...* poate fi urmată de un cuvânt pe care vorbitorul îl consideră expresiv sau potrivit pentru a se referi la o anumită acțiune care se petrece foarte repede. De la variantele consacrate *cât ai zice pește / pâs*, tocite sub aspectul expresivității, se ajunge la un enunț de felul *cât ai zice scrum*, în care substituția *pește / scrum* este motivată contextual: *Cum pot fi anulate cât ai zice 'scrum' beneficiile ambalajelor neutre ale țigaretelor* (www.manager.ro/25 martie 2015). Semnificația „foarte repede" nu se modifică, însă substituentul sugerează mai bine aspectul important al situației de comunicare la care se face referire. Astfel modelul amintit *cât ai zice pește* devine succesiv: *cât ai zice PDSR*; *cât ai zice austeritate*; *cât ai zice ... mită*; *cât ai zice ... Fast Slim*; *vinde mașina cât ai zice pachet auto*; *topește celulita cât ai zice exerciții*; *Scapă de infecțiile urinare cât ai zice ... Uractiv* etc. (Groza 2014a: 124).

Și forma canonică *a minți de îngheață apele* se reduce la *minte de îngheață* + substantiv propriu sau substantiv comun. Atunci când substantivul propriu este un nume de râu, varianta nu este percepută ca un joc de cuvinte, ca în cazul substituirii cu alte substantive proprii sau comune. Se pot compara variantele *Minte de îngheață Someșul/Bâcul* cu: *minte de îngheață Comisia Europeană*; *minte de îngheță Tulcea*; *minte de îngheață Parisul*; *minte de îngheață conductele*; *minte de îngheață ... salariile profesorilor*.

Procedeul este sprijinit și de variantele realizate prin *adiectio (adăugare)*. De exemplu, *a strânge cureaua* devine tot o paradigmă asemănătoare cu cele realizate prin *immutatio (substituire)*: *strânge cureaua pe talia funcțiilor*; *cureaua se va strânge pe seama cheltuielilor*; *strânge cureaua bugetarilor*; *strânge cureaua aplicațiilor gratuite*; *strânge cureaua la ultima gaură* (Groza 2014a: 58–59).

Când sunt înlocuiți termeni din interiorul construcției frazeologice, se obține o structură dislocată. De exemplu, *cu un ochi la făină şi cu altul la slănină* devine *cu un ochi la ... și cu altul la ...*, termenii care rimează *făină / slănină* fiind substituibili cu termeni asonanți din același câmp lexical: *cu un ochi pe calendar şi cu altul la maldărul de documente*; *cu un ochi la*

BDD-V4258 © 2017 Editura Univers Enciclopedic Gold
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-01 20:14:24 UTC)

film şi cu unul la teatru; *cu un ochi la euro, cu altul la dolar*; *cu un ochi la euroobligaţiuni şi cu altul la listarea acţiunilor*; *cu un ochi la hartă şi altul la noul Acord de la Minsk...*(Groza 2014a: 114–115).

Uneori cuvintele care rimează impun o anumită construție frazeolgică într-o limbă anume. Echivalentul englezesc al expresiei românești *cu un ochi la făină şi cu altul la slănină* este *to look in two ways to find the Sunday*. Să se compare și zicala românească *berea după vin e un chin*, cu completarea *vinul după bere e plăcere*, cu engl. *beer after wine is divine*, care nu exprimă neapărat o realitate gastronomică.

Desigur, unele expresii grupează un număr mai mare de variante efemere decât altele. De exemplu *a bate şaua (ca) să priceapă iapa* are mai bine de zece actualizări discursive diferite, în care elementele-cheie *bate* și *să priceapă* sunt menținute: *bătând ... halaicul ca să priceapă electoratul*; *bate şaua să priceapă Hollywoodul*; *UDMR bate şaua ca să priceapă PD*; *DNA a bătut şaua Mitrea ca să priceapă iapa Năstase*; *BNR bate cursul să priceapă inflaţia*; *bate şaua să priceapă autorităţile*; *Bruxelles-ul 'bate' Sofia şi Bucureştiul să priceapă Atena*; *Rusia bate România ca să priceapă UE*; *a fost 'bătut' Murgeanu să priceapă Negoiţă*; *Iliescu bate Guşa să priceapă Geoană* (Groza 2014b: 89)

Fenomenul producerii unor variante efemere nu este specific în exclusivitate expresiilor, ci și altor tipuri de frazeologisme. Proverbul *Buturuga mică răstoarnă carul mare* se reduce la *buturuga... răstoarnă...* : *buturuga PRM răstoarnă carul opoziţiei*; *cele două buturugi mici care au răsturnat guvenu*; *buturuga Ridzi răstoarnă carul lui Băsescu*; *buturuga Irlanda răstoarnă carul UE*; *o buturugă scoţiană poate răsturna carul lui Trump* (Groza 2014a: 33–35).

La fel și proverbul *Ţara arde şi baba se piaptănă* (a se vedea și variantele *Ţara arde de tătari şi el bea cu lăutari*) devine o structură deschisă de felul *ţara arde (și)... se piaptănă*: *ţara arde, ei îşi piaptănă interesele de partid*; *dacă ţara arde, noi parlamentarii nu putem sta să ne pieptănăm*; *ţara arde şi plăcuţele se piaptănă*; *coaliţia arde, Marko Bela... se piaptănă*; *ţara arde şi Guvernul se piaptănă... în Golf* (Groza 2014a: 160–163).

Chiar și expresiile celebre sunt supuse variației efemere. Din replica lui Farfuridi *Eu merg şi mai departe şi zic: trădare să fie, dacă o cer interesele partidului, dar s-o ştim şi noi!*... (I. L. Caragiale, *O scrisoare pierdută*, actul I, scena VI), uzul a consacrat variantele *trădare să fie, dar s-o ştim şi noi / să fie trădare, dar s-o ştim şi noi / trădare, trădare, dar s-o ştim şi noi*, la care pot fi adăugate variantele efemere care se abat de la modelul inițial prin substituiri parasinonimice diverse: *să fie austeritate, dar s-o ştim şi noi*; *discriminare, discriminare, dar să ştim şi noi*; *trădare, trădare, dar s-o ştie şi liberalii…*; *trădare-trădare, dar să ştie şi Prioteasa*; *trădare să fie, dar s-o ştie şi ei!* (Groza 2014a: 157–158).

Și titlurile unor opere celebre ale literaturii universale sau românești devin, prin parodiere repetată, paradigme deschise de felul: *În căutarea* + substantiv

BDD-V4258 © 2017 Editura Univers Enciclopedic Gold
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-01 20:14:24 UTC)

în genitiv, *În căutarea manechinului pierdut*; *În căutarea umorului pierdut*; *În căutarea uninominalului pierdut*; *În căutarea balotului 31 (de voturi) pierdut*, după modelul *À la recherche du temps perdu*, sau *Cel mai iubit dintre* + substantiv în acuzativ, *Cel mai iubit dintre senatori*; *Cel mai iubit dintre filozofi*; *Cel mai iubit dintre fotografi*; *Dracula cel mai iubit dintre vampiri*, după modelul *Cel mai iubit dintre pământeni* (Groza 2014a: 73–75).

Este evident că un anumit număr de cuvinte și de unități frazeologice se actualizează în vorbire atât sub forma canonică, cât și sub *n* variante efemere contextuale, aparținând discursului repetat (Coşeriu 2000: 258). Există, se pare, o predilecție a vorbitorilor, fără să se poată stabili cauze generale, ci numai particulare, pentru anumite cuvinte și frazeologisme care sunt mai implicate în ceea ce privește producerea acestor tipuri de variante efemere.

Prin felul în care se produc, efemeridele frazeologice sunt încadrabile în categoria solecismelor, dar prin efectul pe care îl au asupra cititorului/interlocutorului se apropie de figurile de construcție în sensul precizat de Quintilian 2006: IX.1.14., adică sunt abateri „meșteșugite" sau „artistice" de la maniera uzuală, comună de exprimare, din acest punct de vedere putând fi considerate „figurative". În cazul scriitorilor, oratorilor, aceste abateri „meșteșugite", „artistice" sunt create pentru a fi admirate, apreciate ca ornamente ale stilului, deoarece au la bază o concepție estetică, o artă poetică și se adresează nivelului înalt de exprimare. Efemeridele frazeologice care pot fi culese cu ușurință în ultima vreme din publicațiile online mizează pe spontaneitatea jocului de cuvinte, a calamburului lingvistic, uneori a glumei, chiar a glumei „groase", sprijinindu-se doar pe simțul limbii pe care îl are oricare vorbitor, fiind destinate nivelului de jos al exprimării (Groza 1996: 32–36).

În domeniul exprimării publice actuale, orale sau scrise, s-a produs o schimbare majoră ca urmare a modelelor impuse prin mass-media: „Or, în utilizarea publică a limbii române actuale abundă cazurile de transgresare a frontierei dintre *hight* și *low level,* realizate prin apelul excesiv la elementele marcate ca familiare, populare, nu rareori argotice. [...] În acest proces un rol determinant revine ponderii pe care o capătă în societatea modernă actuală *masss-media*, care sub aspect lingvistic, prin varietatea formelor sale de manifestare, prin larga audiență pe care o are, devine *modelul* principal de exprimare dislocând exemplul tradițional al cărturarului, al sciitorului, al omului cultivat" (Guțu Romalo 2005: 244 și 245). Dacă în trecut gluma, calamburul, insinuarea, aluzia erau destinate unui public restrâns, intim, și erau performate în anumite situații relaxate de comunicare, astăzi deformarea cu orice preț a expresiilor aparținând discursului repetat este, în ciuda caracterului forțat și de multe ori nepotrivit sau neinspirat, o modalitate consacrată, aproape sine qua non, de exprimare publică, chiar oficială de care se abuzează în mass-media actuală (Munteanu 2013: 186–189).

BDD-V4258 © 2017 Editura Univers Enciclopedic Gold
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-01 20:14:24 UTC)

Și schimbările care s-au produs în limbajul publicitar au contribuit la instituirea aceastei „mode” în exprimarea publică actuală. Reclamele și anunțurile publicitare actuale nu se mai limitează la transmiterea unor îndemnuri sau informații potențial utile pentru eventualii consumatori sau clienți *(O coafură artistică*, *un permanent impecabil*, *un tincturat perfect execută numai maeștrii Marcel & Emil*, *Strada Academiei nr 53*; *Întrebuințați pentru higiena gurei și a danturei numai savon dentifrice OJA Paris*), ci îndeplinesc în mod explicit o funcție de persuadare și chiar de manipulare (*Yala bună trece primejdia rea*; *Fereastra bună trece primejdia rea*). Reclamele, textele care au conținut publicitar au devenit în mod evident în ultima vreme slogane sau devize intens mediatizate după care consumatorul este îndemnat să-și organizeze viața (Wellhoff 1991). Noutatea exprimării, abaterea repetată de la o formă consacrată, inventată ad-hoc și realizată mai mult sau mai puțin ingenios, dar susținută de repetarea insistentă, produc asupra interlocutorului o anumită surpriză sau derută care este exploatată în scopuri persuasive și chiar seductive (Hoarță Cărăușu 2008: 53).

În ciuda unei aparente originalități și expresivități, obținute cu orice preț, a numărului mare de efemeride frazeologice, această modalitate de exprimare răspândită în mass-media actuală nu a dus la îmbogățirea limbajului sau la nuanțarea sa. Autorii de discursuri sau de mesaje publice nu se mai ostenesc să creeze figuri de construcție originale printr-un „meșteșug” artistic anume, ci se mulțumesc să varieze, mai mult sau mai puțin inspirat, exprimarea în jurul unor modele consacrate.

BIBLIOGRAFIE

Coșeriu, Eugeniu, 2000, *Lecții de lingvistică generală*, Chișinău, Editura Arc.

Dumistrăcel, Stelian, 2006, *Limbajul publicistic*, Iași, Institutul European.

Groza, Liviu, 1996, „Despre jocurile de cuvinte în frazeologia limbii române”, în „Limbă și literatură”, XLI, 2, p. 32–36.

Groza, Liviu, 2011, *Probleme de frazeologie*, București, Editura Universității din București.

Groza, Liviu, 2014a, *A o întoarce ca la... Revoluționești. Mic dicționar de expresii și citate ... insolite*, București, Editura ZIP.

Groza, Liviu, 2014b, „Aspecte ale creativității în frazeologia limbii române”, în „Analele Universității Dunărea de Jos din Galați”, fascicula XXIV, anul VII, nr. 1–2, p. 87–92.

Guțu Romalo, Valeria, 2005, *Aspecte ale evoluției limbii române*, București, Humanitas Educațional.

Hoarță Cărăușu, Luminița, 2008, „Retorică și pragmatică publicistică. «Figuri de construcție» și strategii persuasive în titlurile de articole din presa românească actuală”, în „Philologica Jassyensia”, IV, 1, p. 49–59.

BDD-V4258 © 2017 Editura Univers Enciclopedic Gold
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-01 20:14:24 UTC)

Munteanu, Cristinel, 2013, *Frazeologie românească. Formare și funcționare*, Iași, Institutul European.
Neț, Mariana, 2014, „Vocabularul gastronomic românesc. Recuperări semantice și lexicale", în Chivu, Gh., Oana Uță Bărbulescu (ed.), 2014, *Ion Coteanu – in memoriam*, București, Editura Universității din București, p. 113–324.
Quintilian, M. Fabius, 1974, *Arta oratorică*, I–III, București, Editura Minerva.
Quintilian, 2006, *Institutes of Oratory*. Ed. Lee Honeycutt. Trans. John Selby Watson. (http://rhetoric.eserver.org/quintilian/).
Stoichiţoiu-Ichim, Adriana, 2001, *Vocabularul limbii române actuale. Dinamică. Influenţe. Creativitate*, București, Editura ALL.
Wellhoff, Thierry, 1991, *15 ans de signature publicitaires. Quand le slogan devient devise. Plus de '3000 base lines' classeés par thèmes*, Paris, Dunod.

Liviu GROZA
Universitatea din București

BDD-V4258 © 2017 Editura Univers Enciclopedic Gold
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-01 20:14:24 UTC)