

## CERCETAREA VOCABULARULUI. CÂTEVA DELIMITĂRI NECESARE

LAURA ȘERBAN-PONTA

Cuvinte-cheie: *limbă literară, lexic, presa de informare*

În studiile de limbă literară, și, mai cu seamă, în cele de stilistică, poetică și retorică, se folosește, în mod nediferențiat, sintagma „presă literară“, o noțiune vastă cu adevărate valențe enciclopedice. Alunecarea în confuzii de interpretare și delimitare provine, în primul rând, de la determinativul *literar(ă)* și de la modul în care este el definit în dicționarele explicative: „Care aparține literaturii, care se referă la literatură, care corespunde cerințelor literaturii“ (DEX) și se dă ca exemplu de întrebuintare a respectivului adjectiv sintagma *limbă literară*: „aspectul cel mai corect al limbii naționale, produs al unei continue prelucrări a limbii din partea scriitorilor, a publiciștilor, a domeniilor de știință etc. și constituind o sinteză a posibilităților de exprimare ale limbii întregului popor la un moment dat“ (DEX)<sup>1</sup>.

Din capul locului se produce o dichotomie greu de rezolvat: *literar/nonliterar*. Adică, o presă „literară“ se opune unei prese „neliterare“, aceasta din urmă fiind greu de definit: nerespectarea normelor academice, presa rurală, anume, cea în grai. Numai că normele academice, neavând o reglementare legislativă imperativă,

---

<sup>1</sup> NDULR: „1. care ține de literatură, referitor la literatură, conform normelor, exigențelor literaturii [...]; *foaie literară*; 2. care cultivă literatura: *salon literar* [...]; 3. (lingv.) normat; îngrijit, elegant: *formă literară*; *limbă literară*, aspectul cel mai corect al unei limbi [...] (p. ext.) limbă scrisă; (p. ext.) limbă comună [...]; 4. care aparține limbii literare, care reflectă normele acesteia [...]“.

nu pot transforma publicațiile care nu le respectă în neliterare. Pe de altă parte, literatura în grai popular respectă, cum e și firesc, normele graiului respectiv, ea ieșind din sfera amintitei dichotomii.

În general, lucrările care urmăresc tipologia presei evită folosirea sintagmei „presă literară“. O descriere amplă a tipurilor de publicații mass-media poate fi întâlnită în cartea lui Marian Petcu, *Tipologia presei românești*, Editura „Institutul European“, Iași, 2000. Între altele, autorul preia tipologia propusă de Roland Cayrol, *Les médias*, PRF, Paris, 1991:

CRITERIUL	<i>periodicitatea</i>	<i>aria de difuzare</i>	<i>conținutul</i>	
TIPUL	presă cotidiană	națională	populară	
presă periodică	regională	partizană	locală	economică

Autorul francez detaliază apoi, în ceea ce privește conținutul, identificând următoarele grupe principale de publicații:

1. informare generală și politică;
2. economico-financiare (generaliste și specializate);
3. destinate în special femeilor;
4. destinate copiilor și tineretului;
5. confesională;
6. sport și divertisment, unde întâlnim subtipurile:
  - pentru lectură, în general;
  - *literatură*;
  - istorie;
  - muzică;
  - artă;
  - spectacole (p. 118).

Nu întâlnim însă presa științifică, specializată pe domenii de cercetare, autorul limitându-se doar la presa „de vulgarizare științifică și medicală“ (p. 119).

Mai aproape de realitățile din *teoria comunicării*, întrucât ia în considerare statutul *emițătorului* și pe cel al *receptorului*, este tipologia propusă de Francis Balle, *Médias et Société*, Montchretien, Paris, 1990:

1. Emițător mediator + audiență „închisă“ = *presa de schimb confraternal*, specifică unor colectivități de tip științific, profesional, confesional, politic.

2. Emițător mediator + audiență „semi-închisă“ = *presa de propagare a unei identități*, numită și presa „unui singur public“ (*minority media*), cum sunt, de pildă, publicațiile unor mișcări feministe, pentru apărarea unor minorități etc.

3. Emițător mediator + audiență „deschisă“ = *presa de proximitate (geografică)*: este vorba de ziarele și revistele locale și regionale.

4. Emițător interfață + audiență „închisă“ = *presa de schimb asociativ*, care circulă în interiorul unei asociații.

5. Emițător interfață + audiență „semi-închisă“ = *presa de propagare a unei cauze*: publicațiile de opinie, magazinele tematice etc.

6. Emițător interfață + audiență „deschisă“ = *presa de masă*: este presa care oferă tuturor toate genurile de informații; ea poate fi națională, regională sau locală, cotidiene sau periodice<sup>2</sup>.

Un alt specialist francez în mass-media, A. Petitjean, valorifică în clasificarea sa schema lui R. Jakobson privind componentele comunicării:

- texte *referențiale*, adică texte extrase din cărți, anunțuri jurnalistice, procese verbale etc.;

- texte *conative*, directive sau prescriptive, concepute ca mesaje destinate să acționeze asupra cuiva: scrisorile publicitare, literatura „angajată“, „afișul politic“ etc.;

- texte *factice*, menite a facilita contactul dintre *destinatar* și *destinator*: scrisorile cu antet, formulele de politețe etc.;

- textele *metalingvistice*, care sunt reflecții asupra limbii sau a textelor, materializate în articole de dicționar și, mai ales, în opere critice;

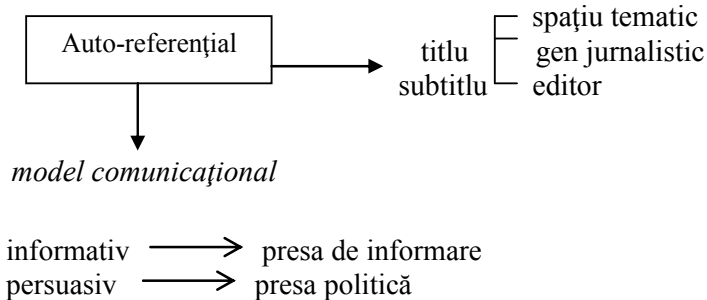
---

<sup>2</sup> Francis Balle, *Médias et Société*, Paris, Montchratien, 1990, *apud* Marian Petcu, *Tipologia presei românești*, Iași, Editura „Institutul European”, 2000, p. 119–120.

• texte *poetice*, în care limba este utilizată mai ales ca obiect, nu ca mijloc: mesajele publicitare, sloganurile politice etc.<sup>3</sup> care, de altfel, precizează următoarele: „Aplicate la discursul jurnalistic, ele au o relevanță variabilă deoarece într-un ziar sau o revistă cel mai adesea se combină tipurile amintite, încât numai dominantă ar putea autoriza formarea unor tipuri de publicații“).

Un indicator eficient ar trebui să fie ceea ce în jurnalistică se numește *auto-referențialul*. El poate fi, cum ne informează Marian Petcu<sup>4</sup>, explicit sau implicit: „În primul caz, titlul și/sau subtitlul publicației delimitează spațiul tematic abordat (cultură, informare, știință, divertisment etc.) sau genul jurnalistic predilect (reportaj, știre etc.). Auto-referențialul implicit este sesizabil la nivelul instanței emitente (partid, autoritate publică, societate comercială etc.)“. În ambele situații, mărcile auto-referențiale constituie indicii privind modelul comunicațional propus, deseori putând fi întâlnite modele hibride (informativ-persuasiv-ludic) cu forme textuale și moduri discursive dominante (descriptiv-narativ-argumentativ-enunțiativ) combinate:

În ce privește auto-referențialul, Marian Petcu, propune următoarea schemă:



<sup>3</sup> Ibidem, p. 122. După cum se știe, Roman Jakobson a prezentat funcțiile amintite în *Essais de linguistique générale*, Paris, 1963, completând cele trei funcții propuse de Karl Bühler, *Sprachtheorie*, Jena, 1934 (reprezentare (a lumii), destinatar și locutor, pe care le redenumesc ca *referențială*, *conativă* și *expresivă*) cu alte trei funcții: *metalingvistică*, *poetică* și *fatică*.

<sup>4</sup> Ibidem, p. 123,

literar      —————> presa culturală  
ludic        —————> presa de divertisment<sup>5</sup>.

Din datele de mai sus rezultă că nici noțiunile „presă scrisă și audio-vizuală“ ori „limbaj publicistic“ nu reprezintă, luate *tale quale*, noțiuni operaționale atâta vreme cât „Determinarea structurii ansamblului vocabularului românesc pe mai multe nivele [...]” implică „necesitatea metodologică și practică de a restrânge și preciza obiectul cercetării, altfel inabordabil din cauza cantității lui”<sup>6</sup>.

Demersul analitic presupune deci, ca fază incipientă, delimitarea segmentului de presă ce urmează a fi luat în considerare și, legat de aceasta, domeniul ce trebuie urmărit. De obicei se preferă presa de informare mixtă, culturală, politică, de divertisment, de tipul publicațiilor „Adevărul“, „Evenimentul zilei“, „Jurnalul Național“, „Libertatea“, „România liberă“ etc.<sup>7</sup>

În acest punct al cercetării se pune problema excerptării nediferențiate a materialului lingvistic, acum, mai ales, cel neologic, urmând ca repartizarea lui pe domenii să se realizeze ulterior, sau se optează pentru un domeniu specific, cum ar fi, de exemplu, domeniul cultural, înțeles în sens restrâns, ca incluzând beletristica, critica și istoria literară. Riscul, în acest din urmă caz, constă în recolta nesemnificativă de material lingvistic. Este de preferat deci a investiga toate domeniile presei „comunicaționale“, unde există deja o tradiție bine constituită<sup>8</sup>.

<sup>5</sup> *Ibidem*, p. 124.

<sup>6</sup> Cf. Angela Bidu-Vrănceanu, *Structura vocabularului limbii române contemporane. Probleme teoretice și aplicații practice*, București, Editura Științifică și Enciclopedică, 1986, p. 5–6.

<sup>7</sup> Ele au stat, de exemplu, în atenția Adrianei Stoichițoiu-Ichim, în cartea sa *Vocabularul limbii române. Dinamică, influențe, creativitate*, București, Editura ALL, 2007.

<sup>8</sup> Cf., între altele, Adriana Stoichițoiu-Ichim, *op. cit.*, precum și Florica Dimitrescu, *Dinamica lexicului românesc – ieri și azi*, București, Editurile Clusium și Logos, Cluj-Napoca, 1995. De asemenea, Angela Bidu-Vrănceanu, *Dinamica vocabularului românesc după 1989*, „Limbă și literatură“, 1995, vol. I, p. 38–45; Irina Preda, *Îmbogățirea lexico-semantică a limbii române actuale*, „Limba română“, 1992, nr. 9, p. 483–490, nr. 10, p. 541–548; nr. 11–12, p. 585–595; 1993, nr. 1, p. 19–28. Date interesante la Voica Radu, *Limba engleză și globalizarea*, Timișoara, Editurile Mirton și Amphora, 2009.

O direcție de cercetare care a fost neglijată o reprezintă raportul dintre presa de informare, „comunicațională“, centrală și cea locală, cu un public cititor fidel, în sensul preluării de către aceasta din urmă a tendinței neologizante a celei dintâi. Problema se pune cu atât mai mult, cu cât presa regională prezintă, prin tradiție, am spune, un anumit conservatorism, ceea ce implică o anumită structurare, pe verticală, a lexicului neologic. Este, după părerea noastră, un spațiu de cercetare atât lingvistic, cât și sociolingvistic.

#### LA RICERCA DEL VOCABOLARIO. ALCUNE DELIMITAZIONI NECESSARIE

Nella ricerca della lingua letteraria si usano spesso formule incerte quando si parla delle risorse di materiali illustrativi, come per esempio „la pubblicistica letteraria“, „la stampa scritta e audiovisiva“, „linguaggio pubblicitico“ ecc.

Percio le pratiche analitiche presuppongono la spiccata delimitazione del segmento della stampa che verra preso in considerazione, per un'assennata classificazione e interpretazione del materiale estratto.