

Caracterul difuzabil al terminologiei sociologice. Cauze și consecințe

Cristina NICULESCU-CIOCAN
Universitatea Româno-Americană

Rezumat

Relația dintre lexicul specializat și cel comun poate apărea adeseori dicotomică în încercarea de a delimita în mod clar cele două categorii de lexic, însă ele coexistă în textele specializate. Terminologia sociologică beneficiază de o largă difuzare, de unde rezultă o relație ușor „relaxată” între cele două tipologii lexicale.

The relation between specialized language and common language may often appear as dichotomic while trying to make a clear distinction between the two types of language, but they do coexist in specialized texts. The sociological terminology is defined by a high propagation level, so the relation between the two lexical categories is slightly "relaxed".

Cuvinte cheie

terminologie, sociologie, științe sociale / terminology, sociology, humanities.

Terminologia este percepută drept „*limbă (limbaj) specializat(ă)*” sau un subsistem lingvistic care utilizează o terminologie și alte mijloace lingvistice sau nelingvistice, pentru a realiza o comunicare de specialitate non-ambiguă, cu funcția majoră de a transmite cunoștințe într-un domeniu particular de activitate profesională” (DSL 2005: 535).

Lexicul comun include „cuvintele care asigură înțelegerea și intersubiectivitatea dintre vorbitori la nivelul limbii comune” (Bidu-Vrănceanu 2007: 15). În dicționarele de uz general se regăsesc componente ale acestui lexic comun, însă și elemente de lexic specializat, întrucât nu poate fi neglijată preocuparea clasei de vorbitori medii pentru terminologiile caracteristice anumitor domenii de activitate. Potrivit acestei tendințe, se delimitează două subramuri ale *lexicului specializat*: termenii difuzați extensiv – care se adresează și publicului larg – și termenii strict specializați – care prezintă interes pentru anumite categorii profesionale (M.T. Cabré în Bidu-Vrănceanu 2007: 16). În consecință, rezultă două tipuri în definirea unităților lexicale speciale integrate în „trunchiul comun”:

- *definițiile lexicografice* – optimizează și facilitează accesul (fie el temporar ori izolat) vorbitorilor generali la unitățile lingvistice din anumite domenii de pregătire profesională;

- *definițiile terminologice* – sunt create pentru specialiști și utilizează un metalimbaj în consecință.

Metoda de analiză preia perspectiva paradigmatică aplicată în **lexicul comun (LC)**, care presupune următoarele aspecte: examinarea definiției

lexicografice, din care rezultă trăsăturile relevante pentru sens în relație cu alte unități dintr-o clasă lexico-semantică, urmată de examinarea semnificației în cadrul relațiilor semantice specifice – polisemia, sinonimia, antonimia, hiponimia și câmpurile lexico-semantice. Perspectiva sintagmatică plasează în centrul atenției contextul și rolul acestuia în stabilirea sensului.

La nivelul **lexicului specializat (LS)**, în plus față de cele enunțate anterior, este interesantă și se poate dovedi utilă în cazul unei analize sincronice studierea raportului dintre definițiile lexicografice și terminologice în cazul termenilor din trunchiul comun, întrucât gradele diferite de specializare ale definițiilor conduc la aspecte ușor diferite sau variate. Uneori se constată și o apropiere suficient de mare între cele două tipuri de definiții cauzată de faptul că lexicografii, în încercarea de a se apropia de sensul exact al termenului, urmăresc cu atenție sporită elementele semantice de bază prezente în dicționarele specializate. În această situație, ne putem confrunta cu un caz unde diferențele semantice dintre cele două tipuri de definiții să fie minime sau chiar inexistente.

Din perspectiva tipologiilor științifice, există mai multe clasificări realizate în istoria cunoașterii, dintre care precizăm următoarele, în funcție de criteriile enunțate mai jos:

1. *natura obiectului de studiu*: științe fizice, științe biologice, științe sociale, științe psihologice, științe matematice etc.;
2. *gradul de obiectivitate al științei*: științe rigide (tari, pure) și științe slabe;
3. *gradul de implicare a subiectului în obiectul de studiu*: științe exacte și științe relativiste;
4. *gradul de accesibilitate în privința cunoștințelor transmise*: științe opace și științe accesibile (deschise).
5. *gradul de interes al publicului larg pentru știință*: științe cu difuzare și științe fără difuzare.

Cu excepția primei taxonomii, celelalte criterii generează clase dihotomice ale tipurilor de științe. **Sociologia** – în ordinea în care au fost enumerate criteriile – este considerată o **știință socială, slabă, relativistă, accesibilă și cu difuzare**.

Deschiderea pe care o manifestă **sociologia** este o consecință a metodelor și tradițiilor preponderent calitative utilizate extralingvistic, în cercetarea specifică domeniului, care presupun un control mai puțin riguros, mai multe variabile și acceptarea mai multor variante decât în cazul științelor exacte: metodologia de tip „also” – „și... și...” (Schram și Steen în Schreier, coord. 2001: 36, t.a.) descrie științele umaniste, pe când cele exacte au o metodologie de tip „sau...sau...”, care presupune un singur rezultat valabil în urma studiului.

Terminologia sociologică este o **terminologie cu difuzare** drept consecință a factorului extralingvistic. De aici rezultă tendința de flexibilizare, de continuă actualizare a termenilor îndeosebi în contexte de nivel inferior de specializare și de metaforizare a limbajului sociologic. În prezenta lucrare vom analiza măsura în care **terminologia sociologică** reprezintă un punct de interes pentru publicul eterogen ca specializare, consecințele acestei deschideri ce caracterizează terminologia domeniului, gradul de rezistență a nucleului semantic

dur al termenilor raportat la forțele utilizării lor extinse în texte și contexte de diferite niveluri, modul și direcția de influențare a LS și LC:

“Chiar dacă trecerea termenilor în alte tipuri de comunicare decât cea strict specializată este însoțită de *determinologizare* în diferite grade, păstrarea unui nucleu semantic dur le asigură un sens specializat atunci când *variația se păstrează în limitele unui sens denotativ* [...]. Extinderea folosirii unor termeni în comunicarea obișnuită, condiționată contextual poate ajunge la *sensuri conotative*, mai mult sau mai puțin generalizate [...].” (Bidu-Vrănceanu 2012: 19)

Astfel, **lexicul sociologic**, utilizat în texte de niveluri inferioare de specializare, poate primi noi elemente semantice valabile, inițial, pentru o serie limitată de contexte, fără consecințe asupra sensului prezent în textele sociologice.

Alte **terminologii**, considerate drept rigide sau exacte (conform criteriilor 2 și 3), de exemplu, nu beneficiază de (același grad de) *difuzare terminologică* ca urmare a codului închis ce le caracterizează, a dificultății manifestate de vorbitorii obișnuiți în decodarea semantică, dar mai ales în utilizarea unităților în contexte eterogene ca **nivel de specializare**.

Totuși, aceasta se poate manifesta în cazuri izolate, iar **termenul** poate fi explicat la un nivel preștiințific sau uzual (prin explicații încadrate de paranteze în textele scrise, de exemplu), în funcție de nivelul la care se raportează *contextul comunicativ*. Rezultatul este dificil de preconizat, iar demersul este unul riscant din perspectivă socio-comunicativă, putând fi considerat un impediment, o metodă de a face dintr-o situație uzuală una dificilă pentru receptorii fără cunoștințe în domeniul căruia i se subscrie termenul.

Cauzele *difuzării terminologice* pot fi următoarele:

- tendința de laicizare a științelor – Fig.1;
- tendința de divulgare a științelor – Fig.2 (cf. Bidu-Vrănceanu 2012: 19-20).

Prima tendință provine de la vorbitorii nespecializați ca urmare a interesului manifestat de aceștia pentru unitățile de lexic specializat și are efecte asupra cunoașterii în situațiile de comunicare concrete. Cea de a doua tendință desemnează o relație inversă, inițiată de către specialiști și se adresează vorbitorilor obișnuiți.

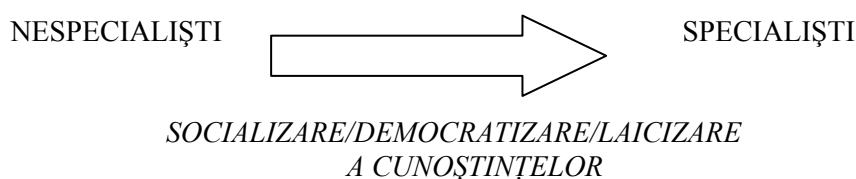


Fig. 1. Laicizarea științifică

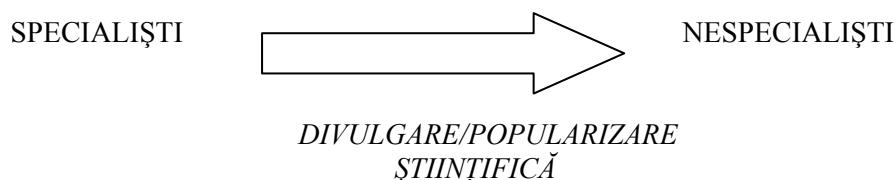


Fig. 2. Divulgarea științifică

După cum reiese și din cele două grafice, *difuzarea terminologică* este determinată în multe cazuri de interesul sporit al persoanelor neinițiate în domeniu pentru anumite unități lingvistice specializate, considerate inițial „exotice” și încărcate de o semantică aparte: „interesul vorbitorilor pentru lexicul specializat este tot mai larg, complex și variat” (Bidu-Vrânceanu 2007: 15). În alte cazuri însă, specialistul este cel care determină extinderea utilizării unor termeni, situație în care este cu adevărat indicat să utilizeze explicații de natură perifrastică sau care să includă relații semantice edificatoare.

Efectele *difuzării terminologice* pot fi:

1. generarea unui interes sporit al nespecialiștilor pentru un domeniu considerat anterior drept lipsit de perspectivă pentru persoanele respective;
2. generarea interesului nespecialiștilor pentru un termen sau o serie de termeni dintr-un domeniu ce pot fi utilizați în diverse contexte în scopurile pe termen relativ scurt pe care doresc să le atingă;
3. reacții negative din partea publicului neadecvat ce pot rezulta dintr-o contextualizare opacă (greu decodabilă) ori din lipsa informațiilor suplimentare necesare decodării semantice optime;
4. din perspectivă terminologică, se pot înregistra cazuri în care apare „determinologizarea în diferite grade” (Bidu-Vrânceanu 2012: 19) sau eliminarea unor componente semantice specifice unității;
5. crearea unor sensuri noi bazate pe anumite seme ale termenului conform utilizării și normării inițiale;
6. utilizarea termenilor în alte științe, situație în care, de obicei, științele tari sunt considerate „donator” pentru științele și terminologiile slabe;
7. reconsiderarea statutului științific sau al încadrării în clasele de științe pentru domeniile ale căror termeni sunt larg difuzați, de unde rezultă și aprecierile globale negative rezultate în urma unui dinamism pregnant.

În societatea prezentă care tinde către flexibilitate și dinamică, există o tendință puternică de *difuzare terminologică* manifestată cu precădere la nivelul comunicării mass-media²⁹. Există o cantitate mare de informații la care este expus un public eterogen ca domeniu și nivel de specializare, iar modul în care acestea sunt prezentate reprezintă un indicator semnificativ pentru popularizare din perspectivă profesională, ce se răsfrânge și la nivel lingvistic.

Consecințele asupra sensului specializat sunt diferite pentru fiecare situație în parte, variind de la păstrarea nucleului dur și a altor componente semantice până la respectarea unor componente periferice ale sensului inițial al termenului.

În privința **terminologiei sociologice**, putem afirma că se definește printr-un *caracter evolutiv* mai evident în analiza perioadei din evoluția istorică, în care modificările sociale sunt mai profunde. În timp, „s-a sedimentat” doar o parte dintre unitățile propuse spre utilizare, dar apare și o serie extinsă de termeni-

²⁹ V. și terminologia economică (Museanu 2010a și b, 2011), terminologia de marketing și marketing economic (Ciolăneanu 2010a și b, 2011a și b), terminologia marketingului politic (Oancea Marin 2010, 2012) și terminologia informatică (Rizea 2010, 2011), terminologia mediului (Ciohodaru 2010), terminologia comerțului electronic (Coancă 2010, 2012).

candidați din care rămân spre utilizare termenii proprii domeniului. Această *dinamică* pare a fi un proces continuu care derivă din apariția recentă a **sociologiei** ca știință (secolul al XIX-lea) și determină aspectul *flexibil* al unităților terminologice.

Dacă ne referim la tipologia terminologică ce le delimitează pe cele „tari” (matematică, chimie etc.) de cele „slabe” (în general științele sociale), analizele terminologice efectuate (și menționate anterior) se dovedesc relevante pentru a arăta că delimitările nu pot fi stricte.

Terminologia sociologică prezintă diferențe importante. Numai zonele de interes pentru publicul larg au caracteristici ale unor terminologii „slabe”, cu deschidere și circulație mai largă.

Există însă destule paradigme riguros constituite din perspectivă conceptual-semantică, precum cele din terminologiile „tari” (paradigma modurilor de raportare a atitudinilor umane la realitatea socială, paradigma metodelor transversale de cercetare sociologică), termeni precum ETNOCENTRISM, XENOCENTRISM, ANCHETĂ SOCIOLOGICĂ, SOCIOMETRIE, SOCIOMATRICE, TEST SOCIOMETRIC fiind inaccesibili publicului larg, așa cum reiese și din definițiile acestora:

ANCHETĂ SOCIOLOGICĂ - „Metodă de cercetare ce încorporează tehnici, procedee și instrumente interrogative de culegere a informațiilor, specifice interviului și chestionarului sociologic. **A.s.** are un caracter neexperimental, cu un grad relativ scăzut de control al cercetătorului asupra variabilelor analizate. Dezvoltată mai ales începând cu a doua jumătate a secolului al XIX-lea, **a.s.** este în prezent foarte răspândită. Obiectul său de abordare îl constituie realitatea socială, evenimente, fenomene și procese caracteristice, precum și atitudinea oamenilor față de acestea, semnificațiile pe care ei li le atribuie, sfera lor de aspirații, interese, preocupări și comportamente din domeniile economic, demografic, cultural, politic, opțiunile preelectorale, activitățile de timp liber, opinia publică, propaganda etc.... (DSOC 1998:35-36)

ETNOCENTRISM - „Emiterea de judecăți de valoare asupra altor grupuri prin raportare la valorile și normele propriului grup. În mod obișnuit, **e.** se manifestă ca asumare a superiorității propriei culturi și apreciere a altor culturi ca bune sau rele, înalte sau minore, drepte sau greșite, în măsura în care se aseamănă sau se diferențiază de cultura proprie. **E.** operează cu expresii ca «popor ales», «națiune binecuvântată», «rasă superioară», «adevărata credință», «străini perfizi», «necredincioși», «popoare înapoiate», «barbări», «sălbatici». Majoritatea grupurilor din cadrul unei societăți adoptă atitudini **e.** Th. Caplow a pus în evidență că numărul persoanelor care supraestimează grupul din care fac parte este de opt mai mare decât numărul persoanelor care își subestimează propriul grup. **E.** este o reacție umană universală întâlnită în toate societățile și în toate grupurile. Dar nu toți oamenii sînt la fel de **e.** Diferențele individuale au fost explicate prin variabilitatea modelelor de personalitate. [...] (DSOC 1998: 219-220)/„Tendință de a judeca valorile altor culturi, ale altor etnii în raport cu propria cultură, considerată unic criteriu de apreciere a adevăratelor valori.” (DEXI 2007: 678) +DEX 98

SOCIOMETRIE - „(lat. socius, «ființă socială», «social», lat. metrum „măsurătoare”). În accepțiunea originară, indicată prin însăși etimologia cuvîntului, **s.** înseamnă măsurarea fenomenelor sociale (prin intermediul metodelor statistice). În înțelesul său uzual și actual însă, **s.** desemnează concepția teoretică și sistemul metodologic creat și impus în sociologie și psihosociologie de L. J. Moreno, în jurul anilor 30, odată cu apariția lucrării *Who shall survive?*. Doctrina moreniană pornește de la o viziune psihologizantă asupra societății, de factură bergsoniană, în centrul căreia se află noțiunile de spontaneitate și creativitate pe

baza cărora este fundamentat un ansamblu de tehnici și procedee de diagnostic și de analiză a relațiilor interpersonale din cadrul grupurilor mici. ... (DSOC 1998: 582-583) + TEST SOCIOMETRIC (MDSOC)

SOCIOMETRIE - „(sociol.) Ansamblul procedeelor folosite pentru studierea cantitativă a relațiilor interumane (în cadrul unor grupuri sociale mici).” (DEXI 2007: 1836)+DEX 98

TESTUL SOCIOMETRIC - „Scopul testului constă în aplicarea măsurii la grup conceput ca sistem de preferințe și respingeri spontane. Metoda folosită este relativ simplă: se cere fiecărui subiect să numească membrii grupului cu care ar dori să se asocieze într-o activitate sau situație comune precum pe cei cu care n-ar dori să se asocieze. Datele sînt trecute într-o sociogramă, o hartă socioafectivă a grupului: relațiile interpersonale sînt reprezentate grafic, fiecare membru fiind simbolizat printr-un cerc sau un triunghi, fiecare relație printr-o trăsătură care unește cercurile cu triunghiurile. Tehnica cea mai des folosită este aceea propusă de M. L. Northway care constă în a reprezenta grupul situînd în central sociogramei indivizii cei mai populari (liderii); în exterior pe cei care primesc foarte puține alegeri sau niciuna. Între aceste extreme se distribuie, în cercuri concentrice, subiecții care au obținut un număr mediu de alegeri. Modelele de relație socio-afectivă evidențiate de sociometrie coincid cu modelele de interacțiune dinamică din grup. Aceste modele corespund organizării psihosociologice a grupului care nu ar trebui să se confunde – arată J. L. Moreno – cu organizarea instituțională.” (MDSOC 1994: 121-122)

XENOCENTRISM – „Preferință pentru idei și produse străine. Opusul etnocentrismului. **X.** se poate manifesta în raport cu un alt grup din cadrul unei societăți sau în raport cu altă societate. El semnifică o stare de neadaptare socială, de refuz total sau parțial al simbolurilor, valorilor și normelor unui grup sau chiar ale unei societăți. Atitudinile **xenocentriste** predispun indivizii la părăsirea grupului din care fac parte.” (DSOC 1998: 661)

Astfel, unii termeni sunt definiți numai în DSOC, iar în celelalte dicționare apar doar elemente componente ale termenilor sau sintagmelor terminologice (prefixoide sau termeni simpli, fără determinanți):

ANCHETĂ - „2 Metodă de investigație științifică sau jurnalistică constînd în strîngerea materialului documentar prin cercetarea pe teren, pe bază de întrebări, a unor realități sociale, culturale vaste. *Anchetele lingvistice stau la baza alcătuirii atlaselor lingvistice.*” DEXI 2007: 72 +MDSOC+DEX98

XENOCENTRISM nu este înregistrat în DEX.

XENOCENTRISM nu este înregistrat în DEXI. Este definit doar prefixoidul xeno-:

Xeno – v. xen-.

Xen – „Element de compunere «străin, parazit», «gazdă», «ospitalitate». (DEXI 2007: 2210)

O altă situație întîlnită este cea în care termeni strict specializați apar exclusiv în textele sociologice, iar dicționarele nu recunosc utilizarea acestora sau apartenența lor la domeniu:

SOCIOMATRICE – doar în textele specializate: „**Tehnicile sociometrice - Sociometria** [...] vizează descoperirea nivelului profund al structurilor sociale și a schimbării societății bazate pe aspectele dinamice ale structurilor sale. Relațiile informale dintr-o organizație pot fi redată prin sociogramă. Studiarea relațiilor interpersonale într-un grup prin intermediul **tehnicilor sociometrice** permite intervenția în comportamentele sociale și modificarea lor în scopul asigurării unei funcționări mai performante. [...] Chestionarul sociometric, sociomatricea și sociograma sunt cele trei instrumente care au fost introduse de J.L. Moreno. [...]” (Bulzan 2008: 67, 69)

Aceasta din urmă este cu siguranță problema cea mai gravă din perspectivă terminologică, deoarece nu există niciun indiciu către decodarea sensului specializat al termenilor. Dacă anterior am putut identifica fie un singur termen din sintagmă (unitatea determinată), fie prefixoidul existent, care ne oferă anumite indicii lingvistice (fie ele și informații primare sau de importanță minimă), în acest caz putem doar deduce sensul din context, de unde pot rezulta erori semantice. Semele deduse ca urmare a imposibilității de a identifica și studia o definiție dintr-o sursă normativă credibilă pot fi propagate eronat și în alte texte și contexte (scrise sau orale) în mod involuntar, iar aceasta reprezintă o complicație severă în cazul unei terminologii cu difuzare precum cea sociologică.

Referințe bibliografice

- BIDU-VRĂNCEANU, A. (2001). *Lexic științific interdisciplinar*. București: Editura Universității din București.
- BIDU-VRĂNCEANU, A. (2007). *Lexicul specializat în mișcare. De la dicționare la texte*. București: Editura Universității din București.
- BIDU-VRĂNCEANU, A. (coord.). (2010). *Terminologie și terminologii*. București: Editura Universității din București.
- BIDU-VRĂNCEANU, A. (coord.). (2012). *Terminologie și terminologii*. Vol. al II-lea. București: Editura Universității din București.
- BULZAN, C. (2008). *Sociologia. Știință și disciplină de învățământ*. București: Editura ALL Educational.
- CIOHODARU, M. (2010). *Terminologia mediului*. În: BIDU-VRĂNCEANU, A. (coord.). *Terminologie și terminologii*. București: Editura Universității din București. Pag. 179-200.
- CIOLĂNEANU, R. (2010a). *Terminologia marketingului economic*. În: BIDU-VRĂNCEANU, A. (coord.). *Terminologie și terminologii*. București: Editura Universității din București. Pag. 159-178.
- CIOLĂNEANU, R. (2010b). *Hiponimia ca modalitate de organizare și descriere definițională în limbajul de marketing*. În *Analele Universității „Dunărea de Jos”*. Fascicula XXIV, Anul III, Nr. 1 (3). Galați: Editura Europlus. Pag. 149-153.
- CIOLĂNEANU, R. (2011a). *Dinamica relației MARCĂ-BRAND în terminologia românească de marketing*. În NEDELCU, I., NICOLAE, A., TOMA, A. și ZAFIU, R. (ed.). *Studii de lingvistică*. București: Editura Universității din București. Pag. 87-96.
- CIOLĂNEANU, R. (2011b). *Terminologia specializată și interdisciplinară în marketing*. București: Editura Universității din București.
- COANCĂ, M. (2010). *Caracteristici ale terminologiei din comerțul electronic*. În: *Studies in Linguistics and Communication (Doctoral School – Faculty of Letters)*. București: Editura Paralela 45. Pag. 67-78.
- COANCĂ, M. (2012). *Termenii din comerțul electronic*. În: BIDU-VRĂNCEANU, A. (coord.). *Terminologie și terminologii*. Vol. al II-lea. București: Editura Universității din București. Pag. 207-226.

- DEX '98 – ***(1998). *Dicționarul explicativ al limbii române*. Ediția a II-a. București: Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan”, Editura Univers Enciclopedic.
- DEXI – DIMA, E. (coord.). (2007). *Dicționarul explicativ ilustrat al limbii române*. Chișinău: Editura Arc și Editura Gunivas.
- DSL – BIDU-VRĂNCEANU, A., CĂLĂRAȘU, C., IONESCU-RUXĂNDIOIU, L., MANCAȘ, M. și PANĂ DINDELEGAN, G. (2005). *Dicționar de științe ale limbii*. București: Editura Nemira.
- DSOC – ZAMFIR, C. și VLĂSCLEANU, L. (coord.). (1998). *Dicționar de sociologie*. București: Editura Babel.
- MDSOC – COANDĂ, L. și CURTA, F. (1994). *Mic dicționar de sociologie*. București: Editura ALL.
- MUSEANU, E. (2010a). *Definiții alternative ale termenilor economici*. În *Analele Universității „Dunărea de Jos”*. Fascicula XXIV, Anul III, Nr. 1 (3). Galați: Editura Europlus. Pag. 77-84.
- MUSEANU, E. (2010b). *Terminologia economică*. În: BIDU-VRĂNCEANU, A. (coord.). *Terminologie și terminologii*. București: Editura Universității din București. Pag. 141-155.
- MUSEANU, E. (2011). *Terminologia economică: nivele de utilizare și caracteristici în româna actuală*. București: Editura Universitară.
- OANCEA MARIN, M. (2010). *Marketingul politic*. În: BIDU-VRĂNCEANU, A. (coord.). *Terminologie și terminologii*. București: Editura Universității din București. Pag. 229-238.
- OANCEA MARIN, M. (2012). *Termenii din marketingul politic*. În: BIDU-VRĂNCEANU, A. (coord.). *Terminologie și terminologii*. Vol. al II-lea. București: Editura Universității din București. Pag. 227-243.
- RIZEA, M. (2010). *Terminologia informatică*. În: BIDU-VRĂNCEANU, A. (coord.). *Terminologie și terminologii*. București: Editura Universității din București. Pag. 115-140.
- RIZEA, M. (2011). *A ACCESA: Evoluția contextual-semantică în presa actuală de largă circulație*. În: NEDELCU, I., NICOLAE, A., TOMA, A. și ZAFIU, R. (ed.). (2011). *Studii de lingvistică*. București: Editura Universității din București. Pag. 269-282.
- SCHRAM, D. și STEEN, G. (coord.). (2001). *The Psychology and Sociology of Literature: In Honor of Elrud Ibsch*. În: SCHREIER, M. *Qualitative Methods in Studying Text Reception*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. Pag. 35-56.