DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.10213703 **CZU: 81`373.4:659.1**

ALIONA SOBOL
Universitatea de Stat din Moldova
aliona_act@yahoo.com
ORCID: 0009-0005-4942-7544

CREATIVITATE LEXICALĂ ÎN LIMBAJUL PUBLICISTIC

Rezumat

Articolul se referă la mecanismul de formare a cuvintelor în limbajul publicistic, insistând asupra aspectelor semantic și structural. Majoritatea lexemelor apărute ocazional reprezintă o reacție a vorbitorilor la unele aspecte ale vieții social-politice. Viabilitatea acestor creații lexicale o va decide uzul.

***Cuvinte-cheie*:** creativitate lexicală, limbaj publicistic, formarea cuvintelor, derivare, nume proprii, antroponime.

Abstract

The article deals with the mechanism of word formation in advertising language, with emphasis on semantic and structural aspects. Most of the lexemes occasionally occurring represent a reaction of speakers to some aspects of social-political life. The viability of these lexical creations will be decided by usage.

Keywords: lexical creativity, publicity language, word formation, derivation, proper names, anthroponyms.

În prezent, vocabularul limbii române se caracterizează printr-o adevărată explozie lexicală, iar mass-media abundă în lexeme ce nu sunt atestate în dicționare. Cuvintele apărute ocazional în sistemul limbii sunt niște produse ale creației individuale ale locutorilor, majoritatea fiind formate prin analogie cu alte lexeme uzuale. În comparație cu neologismele, ce apar din necesitatea de a comunica, lexemele ocazionale există, de obicei, într-un anumit context, contribuind la plasticitatea textului sau a discursului.

Circulația unor asemenea creaţii lexicale, a căror viabilitate o va decide uzul, se datorează, îndeosebi, ziariștilor, bloggerilor, care le introduc în uz, fiind influențați de anumite realități de ordin politic, social, economic, cultural etc. Limba română dovedește o mare creativitate, îndeosebi, în procesul de derivare progresivă (procedeu de formare a cuvintelor prin care afixele se adaugă la bază).

Cercetând formarea cuvintelor în presa postdecembristă din România (anii 1990-2001), cercetătoarea Elena Trifan a evidențiat frecvența afixelor sufixale în procesul de creare a lexemelor ocazionale, menționând că, în ordine descrescătoare, sunt productive sufixele: *-ist, -izare, -iadă (-adă), -ism, -tor, -ant, -bil, -ar, -iza, -ită, -el, -giu, -er, -aș, -ac* [11, p. 229].

Cel mai productiv este sufixul *-ist,* intrat în limba română la începutul secolului al XIX-lea, odată cu împrumuturile din limbile franceză și italiană, ce servește la formarea substantivelor și a adjectivelor cu sensul de „adept al...”, „cel care practică o profesiune”, sau persoană care aderă la o anumită doctrină sau credință, un mod de viață, de gândire și acțiune. Astfel, o sursă generoasă de creații lexicale o constituie articolele din mass-media despre sistemele politice din România sau Republica Moldova, care se caracterizează printr-o mare diversitate de partide (mișcări sau platforme) politice.

Majoritatea creațiilor ocazionale din publicistica românească au la bază nume proprii, fiind formate fie de la numele unor lideri politici din prezent sau trecut, fie de la siglele unor partide sau mișcări politice din România și Republica Moldova. În timp ce unii termeni cu semnificaţia de „membru sau simpatizant al unui partid”, „adept al unor concepții politice și ideologice”, cum ar fi: *socialist, comunist, ţărănist etc.* și-au probat deja viabilitatea, fiind incluşi în diverse dicţionare, alţii sunt considerați creaţii ocazionale.

Astfel, în limbajul publicistic circulă sau au circulat termeni formați, de cele mai multe ori, prin compunere parasintetică (procedeu prin care cuvântul nou este rezultatul simultan al compunerii

şi al derivării sufixale), cum ar fi: *penelist* (de la Partidul Naţional Liberal), *peneţist* (Partidul Naţional Ţărănesc), *fesenist* (Frontul Salvării Naţionale), *fedesenist* (Frontul Democrat al Salvării Naţionale), *udemerist* (Uniunea Democrată Maghiară din România) etc. sau: *peledemist* (Partidul Liberal Democrat din Moldova), pepecedist (Partidul Popular Creştin Democrat), *peceremist* (Partidul Comuniștilor din Republica Moldova), *pedist* (Partidul Democrat din Moldova), *pelist* (Partidul Liberal) etc. De exemplu: „Dezbaterile despre identitatea noastră națională sunt recurente de sute de ani. Uneori au fost mai puțin publice, bineînțeles, întrucât regimurile țarist, sovietic și chiar pseudo-comunist (a se citi **peceremist**), au avut grijă ca (auto)cenzura să reducă exprimările publice ale celor mai mulți dintre românii moldoveni dintre Prut și Nistru” [3].

Mass-media autohtonă se caracterizează și prin utilizarea frecventă a unor ocazionalisme formate, prin mijloace interne, de la numele unor politicieni din Republica Moldova. Asemenea creații lexicale ca *voronist, dodonist, ghimpist*, *plahotniucist* ș.a., cu valoare substantivală sau adjectivală, îndeplinesc anumite funcții expresive, reprezentând, totodată, și o modalitate de captare a atenției cititorilor. De exemplu: „Totul s-a întâmplat în stilul **plahotniucist**, din timpul regimului vechi…”[7].

Odată cu schimbările de pe arena politică, unele cuvinte formate de la antroponime nu mai sunt actuale sau apar tot mai rar în spațiul mediatic. Trebuie să menționăm că, în ultimul an, în contextul geopolitic din regiune, unul dintre cele mai populare antroponime generatoare de lexeme noi este numele Putin. De exemplu: „Realizatorul unei emisiuni de televiziune de la postul TVR Cluj contestă amenda pe care a primit-o, de la CNA, pentru „propagandă **putinistă**” [8].

Unele lexeme recente din limbajul publicistic au apărut prin derivare cu sufixul *–ian*. Derivatele rezultate reprezintă fie o caracterizare ocupaţională, poziţională sau una comporta-mentală. De exemplu: „Cum arată vila din Italia a „oligarhului ***putinian***” Valentina Matvienko, femeia care a semnat actul de război împotriva Ucrainei” (titlu) [4].

Sunt frecvente în mass-media în limba română şi creații lexicale formate prin derivare cu sufixul *-izare*, care a apărut, mai întâi, în numeroase verbe împrumutate din limba franceză, apoi au servit la producerea, pe teren românesc, a unor verbe cu bază de derivare neologică sau românească. După cum susţine cercetătoarea Viorica Goicu, fiind atașat la baze nominale, „sufixul *-izare* formează verbe, conferind derivatului valoare cauzativă*: a dinamiza* „a face să devină (mai) dinamic”; *a ironiza* „a spune ironii pe seama cuiva”; *a finaliza* „a realiza ceva până la sfârșit”; *a igieniza* „a face să devină igienic” etc.” [6, p. 83]. Derivatele formate de la antroponime, așa ca *dodonizare*, *plahotnicizare*, *voronizare*, *putinizare* etc. semnifică, de obicei, procesul de aderare la principiile politice ale unui actor politic, **având** valoare depreciativă. De exemplu: „Un lider PNL acuză '**putinizarea**' forțelor de ordine” (titlu) [5].

Totodată, în limbajul publicistic, circulă frecvent și lexeme cu sens opus, formate prin derivare parasintetică (procedeu ce constă în crearea cuvintelor noi prin ataşare simultană a prefixelor şi a sufixelor la o bază), cum ar fi: *de-Stalinizare, de-putinizare, dez-dodonizare, dez-usatizare, dez-plahotnicizare* etc. Prefixele privative *de-* și *dez-* imprimă acestor derivate sensul de anulare sau opoziție față de un anumit regim politic sau față de ideologia, prioritățile și politicile sistemului de guvernământ practicat de anumiți politicieni. De exemplu: **„Nu a existat niciodată o de-Stalinizare în Rusia şi nici tribunale Nuremberg pentru partidul comunist. Iar acum soarta Rusiei depinde de o ”de-Putinizare”**[9]. Observăm că diferă modul de scriere a acestor derivate prefixale.

Sufixul -**ism**, de obicei, formează lexeme cu semnificaţia „doctrină socială, politică și economică”. Unul dintre cele mai frecvente este *putinism,* prezent și în *wikipedia* și în titlurile a, cel puțin două monografii, despre Putin: De exemplu: „**Putinismul,** în descrierea lui Surkov, „asigură supravieţuirea şi creşterea naţiunii ruse, nu doar în următorii ani, ci pentru decenii, ba foarte probabil pentru secolele care vin”, își continuă delirul grandomanic ideologul regimului Putin.” [2].

O categorie aparte a creațiilor lexicale recente din limbajul publicistic o constituie diminutivele. Mioara Avram susține că diminutivul „prezintă referentul ca având dimensiuni mai mici decât referentul cuvântului de bază” [1, p. 499] și se formează cu ajutorul unor sufixe specifice (*-el, -uț, -uș, -uc, -ior, -aș, -ică, -iță, -uță, -oară*), iar cuvântul derivat are semnificația obiectului pe

care-l denumește, fiind de dimensiuni mai mici. În publicistica autohtonă însă se apelează frecvent la diminutive formate de la cuvinte al căror sens, în mod obișnuit, nu acceptă diminutivarea, cum ar fi lexemele: *ţărişoară* sau *ţărişoricuţă, stătuleţ, partiduţe, deputăţei, funcţionărei, şefuleţi, dolăraşi, americănei* ș.a., cu scopul de a sugera ironia, persiflarea anumitor lucruri, fenomene, personaje politice.

Unul dintre cele mai productive sufixe, în acest sens, este *-el*. Jurnalistul Constantin Tănase l-a utilizat în articolele sale, pentru a crea lexeme ce sugerează atitudinea ironică față de personalitatea politicienilor. De exemplu: „Astăzi, un lucru e clar pentru mine: dispariţia lui V. Voronin din viaţa politică nu va aduce linişte şi pace în R. Moldova. De ce? Fiindcă, dacă pleacă Voronin, rămân **dodoneii** lui, mişinii, şelinii, tkaciucii…”[10].

În concluzie, menționăm că creativitatea lexicală este caracteristică, în special, limbajului publicistic. Majoritatea lexemelor apărute spontan, ocazional, reprezintă o reacție a vorbitorilor la unele aspecte ale vieții social-politice. Puține dintre acestea vor rămâne actuale un timp îndelungat sau vor intra în lexicul de bază, majoritatea vor avea un parcurs mai scurt, cum ar fi cuvintele formate de la numele unor partide sau lideri, care au dispărut de pe arena politică. Din punct de vedere structural, cele mai multe dintre lexemele analizate sunt formate prin derivare progresivă cu sufixele *-ist, -ism, -ian, -izare, -el,* unele – prin derivare parasintetică, iar altele – prin compunere parasintetică.

Din punct de vedere semantic, derivatele și compusele analizate actualizează conotații negative. Publiciștii frecvent apelează la asemenea creații lexicale, pentru a-și exprima propria viziune și atitudine față de unele probleme majore din societate. Lexemele ocazionale, utilizate frecvent în titluri, au funcția de a incita cititorul, uneori – de a-l manipula, dar și de a conferi plasticitate textului, astfel realizându-se funcțiile discursului publicistic: referențial-comunicativă, persuasivă și expresivă.

Bibliografie:

1. Avram Mioara. *Gramatica pentru toți.* Ediția a II-a revăzută și adăugită. București: Editura Humanitas, 1997.
2. Chifu Iulian. *Putinismul ca ideologie globală: ambițiile Rusiei de a impune prin război informațional modelul său lumii întregi.* Disponibil: https://adevarul.ro/international/rusia/ putinismul-ideologie-globala-ambitiile-rusiei-impune-razboi-informational-modelul-lumii-intregi-1_5c94ac4b445219c57e87aab4/index.html [Accesat 22.08.2023].
3. Cojocariu Tudor. *#Lidflash //despre studenție, muzică și identitate. O contribuție la dezbaterea publică.* Disponibil: https://youth.md/lidflash-despre-studentie-muzica-si-identitate-o-contributie-la-dezbaterea-publica/. [Accesat: 19.04.22].
4. Contescu Daniel. *Cum arată vila din Italia a oligarhului putinian Valentina Matvienco, femeia care a semnat actul de război împotriva Ucrainei*. Disponibil: https://www.mediafax.ro/social/ cum-arata-vila-din-italia-a-oligarhului-putinian-valentina-matvienko-femeia-care-a-semnat-actul-de-razboi-impotriva-ucrainei-20604562 [Accesat: 20.05.23].
5. Cruceru Alexandra. *Un lider PNL acuză 'putinizarea' forțelor de ordine*. Disponibil: https:// www.stiripesurse.ro/un-lider-pnl-acuza-putinizarea-fo-elor-de-ordine_1242013.html [Accesat: 20.07.23].
6. Goicu Viorica. *Derivarea cu sufixe în româna contemporană*. Timișoara: Augusta, 2002. 7. *R.C.M. PPDA, după preluarea aeroportului de către un miliardar rus: Dodon achită nota de plată Rusiei, iar securitatea statului e pusă în pericol.* Disponibil: https://cotidianul.md/2019/12 /23/ppda-dupa-preluarea-aeroportului-de-catre-un-miliardar-rus-dodon-achita-nota-de-plata-rusiei-iar-securitatea-statului-e-pusa-in-pericol-video/ [Accesat: 20.06.23].
8. Sclavone Ionel. *Scrisoare deschisă către CNA. Acuzațiile unui realizator TV amendat pentru „propagandă putinistă*”. Disponibil: https://evz.ro/scrisoare-deschisa-catre-cna-acuzatiile-unui-realizator-tv-amendat-pentru-propaganda-putinista.html [Accesat: 29.05.22].
9. Șișkin Mihail. *Nici NATO, nici Ucraina nu pot ”de-Putiniza” Rusia. Singurii care pot face asta sunt rușii.* Disponibil: https://timpul.md/articol/mihail-siskin-nici-nato-nici-ucraina-nu-pot-de-putiniza-rusia-singurii-care-pot-facea-asta-sunt-rusii-171514.html [Accesat 24.08.2023].

10. Tănase Constantin. *Cu Voronin la o cafea, fără ghilimele, fără ură şi părtinire*. 18 iunie 2012. Disponibil: http://www.timpul.md/articol/cu-voronin-la-o-cafea-fara-ghilimele-fara-ura-si-partinire-34578.html [Accesat 19.05.2016].
11. Trifan Elena. *Formarea cuvintelor în publicistica actuală*. *Derivarea. Perioada 1990-2001.* Cluj: Digital Data Cluj.