

PARTICULARITĂȚI LEXICALE ALE LIMBAJULUI MODEI ÎN TEXTELE PUBLICISTICE GERMANE



Elvira GURANDA, PhD,
Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți
elvira.guranda@usarb.md

Abstract: The article aims to identify the lexical peculiarities of the German language of fashion and to highlight a series of lexical features typical of the fashion lexicon encountered in the main German fashion magazines for women. Lexical and semantic word groups are selected from German advertisements, examining their word formation patterns, i.e., nouns and verbs. Apart from analysing the language of German fashion, the article also considers the key role of loan words and of Anglicisms in the process of enriching the German vocabulary.

Keywords: *fashion, semantic peculiarity, morphological criterion, derivation, loan word, Anglicism.*

Deși vocabularul limbii germane este destul de bogat, schimbările sociale, evoluția cercetărilor științifice, precum și progresele tehnicii contemporane înregistrate, fac necesară introducerea multor cuvinte noi și crearea altora din cele existente în limbă. Toate transformările se reflectă în mod nemijlocit în glosarul limbii. Datorită faptului că lexicul este cel mai deschis și mai dinamic compartiment al limbii, astăzi se atestă nu doar apariția a unor termeni noi, ci și reinterpretarea semantică a unor cuvinte și a unor unități terminologice.

Terminologia reflectă, la rândul său, evoluția activității cotidiene și a științei. În lumea modernă se editează o serie de reviste, articole, care sunt dedicate tendințelor modei, permanent se actualizează componența lexicului. Dictată de cerințele timpului, studiarea științifică a terminologiei modei rămâne a fi actuală. Problemele formării și dezvoltării vocabularului terminologic al modei, perioadele de dezvoltare a lexicului modei, starea actuală, metodele productive ale

terminologiei în acest domeniu, caracteristicile tipologice și structurale ale unităților terminologice din sfera modei, tematica lor, precum și reprezentarea lor lexicală și structurală rămân a fi studiate insuficient.

Moda este cel mai misterios fenomen al culturii moderne. Aceasta reflectă mult mai mult decât o relație cu hainele și ornamentele. În opinia lui R. König, până la începutul sec. al XX-lea, moda era rezervată doar clasei superioare (cu câteva excepții interesante, cum ar fi studenții). Odată cu dezvoltarea mijloacelor mass-media, în special odată cu sporirea influenței ziarelor, revistelor de modă, dar și a filmului, radioului și ulterior al televiziunii se distrug barierele dintre clasele sociale, precum și cele dintre mediul rural și urban (König: 28).

Conceptul „moda” a constituit subiectul mai multor studii de specialitate și cercetări științifice. În acest context, vom menționa lucrările cercetătorilor Georg Simmel, Roland Barthes, René König, Barbara Vinken, Thomas Schnierer care au descris fenomenul modei și au sintetizat câteva dintre caracteristicile lexicului modei în limba germană. Rolands Barthes subliniază că industria modei nu poate supraviețui decât cu ajutorul mijloacelor media prin propagarea unui limbaj și a unei terminologii, având ca țință diferite grupuri sociale (Barthes: 197). Revistele adresate publicului feminin reprezintă un segment important de presă atât la nivel național, cât și internațional. Corpusul care stă la baza cercetării date este alcătuit din texte selectate din 7 reviste în format electronic, publicate pe site-uri germane, reviste care se adresează cu precădere publicului feminin: *Brigitte, Bild der Frau, Elle, Cosmopolitan, Glamour, InStyle, Lisa*.

Pornind de la criteriul lexico-semantic, am putea afirma că în limba germană se disting mai multe grupuri semantice de termeni din industria fashion ce denumesc:

1. ramuri ale modei (*Textilindustrie, Parfümerie, Haarkosmetik-Industrie, Modeindustrie, Make-up, Haute Couture* etc.)
2. persoane care activează în domeniul modei (*Schneider, Designer, Zuschneider, Maßschneider, Näherin, Friseur* etc.);
3. obiecte vestimentare (*Kleid, Hose, Ärmel, Hut, Rock, Schuh, Schal, Binder* etc.);
4. unități care desfășoară activități din domeniul modei (*Modehaus, Maßschneiderei, Modenschau, Kaufhaus, Laden, Bühne, Friseursalon, Näh salon* etc.);
5. unități de măsură (*Meter, Zentimeter, Maß* etc.);
6. stoffe și țesături (*Baumwolle, Wolle, Angora, Samt, Leder, Seide, Viskose, Nylon, Perlon, Popeline, Kattun* etc.);

7. accesorii (*Ohringe, Gürtel, Sonnenbrille, Handtaschen, Halsketten, Armreifen, Manschettenknöpfe, Einstecktücher, Portemonnaies* etc.);

8. încălțăminte (*Schuhe, Sandalen, Stiefel, Schnürschuhe, Pumps, Ballerinas* etc.).

Clasificarea lexico-semantică a termenilor modei, ca unități lingvistice care transmit o semnificație conceptuală în cadrul limbajului specializat luat în discuție, ar putea contribui la conturarea unei imagini de ansamblu a sistemului terminologic respectiv. Dat fiind faptul, că domeniul modei cunoaște o dinamică intensă, continuă, complexă, conceptele care reflectă această realitate sunt, de asemenea, într-o continuă schimbare, fapt ce deschide perspective pentru variate interpretări, sinteze, sistematizări ale expresiei și conținutului acestora și, respectiv, a limbajului prin care se exprimă.

Clasificările realizate în funcție de criteriul lexico-morfologic (apartenența la o parte de vorbire) divizează termenii în următoarele categorii: substantive, verbe, adjective, adverbe. Se știe că cea mai mare parte a elementelor lexicale cu caracter terminologic au funcție nominativă, fiind exprimate prin substantive și grupuri nominale. În terminologia modei germane, selectată din revistele de specialitate (350 de exemple), se atestă un număr considerabil de termeni substantivali (54%), de ex: *Bluse, Gürtel, Hemd, Sandale, Schnitt, Leder, Anorak, Brautkleid, Handschuh, Ledergürtel, Midikleid, Anzughose* etc., grupuri nominale (7,7%), de ex: *der letzte Modeschrei, der neue Schnitt*, precum și locuțiuni prepoziționale, formate din substantiv articulat precedat de o prepoziție (6,3%) *nach der Mode, nach der neuesten Mode, nach dem neuesten Schnitt* etc.

Se conturează, de asemenea, și un număr considerabil de termeni exprimați prin verbe *messen, knautschen, schneiden, schneidern, weben, stärken, färben, reinigen, nähen, steppen, säumen, weiten, knittern, stutzen, föhnen* și locuțiuni verbale (36%), de ex: *im Trend liegen, mit der Mode gehen, im Trend sein, einen Eindruck machen, der Mode folgen, aus der Mode sein, in Mode kommen, die große Mode sein, Maß nehmen, nach Maß machen lassen, in die Kleider fahren, Mode werden, zur Anprobe kommen, eine Anprobe machen, aus der Mode kommen, zur Reparatur bringen, zum Bügeln geben, zur Anprobe kommen* etc.

În ceea ce privește nivelul morfologic, au fost analizate elementele morfologice care joacă un rol fundamental în realizarea tehnicilor de captare a atenției și care sunt specifice corpusului pe care îl avem în

vedere. În lexicul specializat al revistelor germane destinate publicului feminin, o poziție privilegiată o au cuvintele (verbe, substantive, adjective și adverbe) derivate cu ajutorul afixelor care, prin semantica lor, au rolul de a amplifica sau de a diminua caracteristicile noțiunilor exprimate prin rădăcina lor lexicală.

Derivarea afixală în domeniul modei germane este destul de productivă. În materialul nostru factologic terminologia formată cu ajutorul prefixelor predomină (32%), de ex: cu prefixul *ab-* (*abgenutzt, abgemustert, abgeschnitten, abnehmen, abrasieren*), prefixul *an-* (*anziehen, anproben, anfertigen, annähen, anständig*), prefixul *auf-* (*aufbügeln, aufsteppen, auffällig*), prefixul *aus-* (*ausziehen, ausgerissen, Ausbessern, Ausverkauf, Ausschnitt*), prefixul *ver-* (*die Verkleidung, verschönert, verschmückt*), prefixul *un-* (*unmodisch, unpraktisch, unmodern, unpassend*), prefixul *zer-* (*zerknittert, zerknautscht*), prefixul *zu-* (*zuschneiden, zuknöpfen, zugenäht, Zuschneider, Zubehör*) etc.

Cuvintele derivate cu sufixe pot fi obținute de la cuvinte de bază care aparțin sau nu aceleiași clase lexico-gramaticale, de ex: cu sufixul *-ier* (*probieren, reparieren, frisieren, toupiieren, inspirieren, garnieren*), cu sufixul *-ung* (*Musterung, Kleidung, Reinigung, Werbung*), cu sufixul *-er* (*Schneider, Schnürer, Schuhmacher*), cu sufixul *-chen* (*Käppchen, Hemdchen, Täschchen*), cu sufixul *-lich, -ig* (*sportlich, weiblich, kuschelig, rockig, knallig*) etc.

În vocabularul general al limbii germane procedeul de compunere este unul destul de amplu, ceea ce se remarcă și în terminologia ce ține de domeniul modei. În rezultatul analizei exemplelor excerptate din revistele de specialitate vom menționa următoarele modele de formare a termenilor din domeniul modei germane prin procedeul de compunere:

Substantitiv + substantiv: *Ledertasche* (*Leder + Tasche*), *Krawattennadel* (*Krawatte + Nadel*), *Brautkleid* (*Braut + Kleid*), *Anzughose* (*Anzug + Hose*), *Armband* (*Arm + Band*), *Berufskittel* (*Beruf + Kittel*), *Morgenrock* (*Morgen + Rock*), *Pelzschuhe* (*Pelz + Schuhe*), *Kleiderhacken* (*Kleider + Hacken*), *Faltenrock* (*Falten + Rock*) etc.

Verb + substantiv: *Strickjacke* (*stricken + Jacke*), *Badeanzug* (*baden + Anzug*), *Turnhose* (*turnen + Hose*), *Schwimmhose* (*schwimmen + Hose*), *Kletterschuh* (*klettern + Schuh*), *Reißverschluss* (*reißen + Verschluss*), *Stehkragen* (*stehen + Kragen*), *Wickelrock* (*wickeln + Rock*) etc.

Prepoziție + substantiv: *Anprobe* (*an + Probe*), *Übergröße* (*über +*

Größe), *Unterhose* (*unter* + *Hose*), *Unterwäsche* (*unter* + *Wäsche*) etc.

Adjectiv + adjectiv: *altmodisch* (*alt* + *modisch*), *hellblau* (*hell* + *blau*), *dunkelgrau* (*dunkel* + *grau*), *nasskalt* (*nass* + *kalt*) etc.

Substantiv + adverb/adjectiv: *stilsicher* (*Stil* + *sicher*), *alltagstauglich* (*Alltag*+*tauglich*) *preiswert* (*Preis*+*wert*), *zeitgemäß* (*Zeit*+*gemäß*), *wirkungsvoll* (*Wirkung*+*voll*), *geschmackvoll* (*Geschmack* + *voll*), *farbenfroh* (*Farbe* + *froh*), *wassericht* (*Wasser*+*dicht*) etc.

Adverb+Participiu: *hochgeschnitten* (*hoch*+*geschnitten*), *hochgetragen* (*hoch* + *getragen*) etc.

Analiza materialului selectat a demonstrat, că sistemul terminologic al modei este destul de activ și preia liber diverse împrumuturi lexicale, în plus o mare parte dintre acestea devin mai târziu internaționalisme. Împrumuturile lexicale, indiferent de originea acestora, sunt considerate surse externe de inovație și de îmbogățire a vocabularului unei limbi. Răspândirea tendințelor modei are un caracter global, ce determină, în mare măsură, natura internațională a termenilor din domeniu modei. Terminologia engleză a modei prezintă în sine un sistem terminologic structurat și în ultimul timp este destul de productivă. Prezența anglicismelor în revistele germane explorate este relativ mare, constituind 34,2% din totalul termenilor. Din anglicismele excerptate 21,66% sunt împrumuturi complet adaptate sub aspectul fonetic, morfologic și lexical, de ex: *der Pullover*, *der Pumps*, *der Dress*, *der Cardigan*, *die Skinnyjeans*, *die Denimshorts*. 30,8% sunt cuvinte compuse, formate din două cuvinte, unul german și altul englez, de ex: *die Jeansjacke*, *der Minirock*, *die Cargohose*, *das Frühlingsoutfit*, *der Babyschuh*, *Campinghemd*. Împrumuturile complet neasimilate, așa-numite anglicisme pure formează cel mai mare grup al corpusului, constituind 47,5% din lexeme. Acestea sunt identice cu baza lor engleză și păstrează, în același timp, și pronunția, de ex: *Sneaker*, *Bootie*, *Chinos*, *Shirt*, *Tank Top*, *High Heel*, *Hoodie*, *Shopper*, *Daydress*, *Jumpsuit*, *Overall*, *Militarycoat*, *Oversize-Blaser* etc.

Astfel, analizând particularitățile lexicale ale limbajului modei în textele publicistice germane, observăm că, deși procedeele de formare a terminologiei modei în limba germană urmează, în linii generale, căile specifice lexicologiei, totuși se conturează o tendință pregnantă pentru adoptarea de împrumuturi, mai ales pentru cele din limba engleză.

Referințe

Barthes, R. *Die Sprache der Mode*. Berlin: Suhrkamp Verlag, 1985. 384 S. ISBN 978-3-518-11318-9.

König, R.. *Menschheit auf dem Laufsteg: Die Mode im Zivilisationsprozess*. Frankfurt a. M./Berlin: Ullstein, 1988. 387 S. ISBN 3-548-34438-0.

Simmel, G., *Philosophische Kultur. Über das Abenteuer, die Geschlechter und die Krise der Moderne*. Gesammelte Essays, Berlin: Wagenbach, 1983. 252 S. ISBN 978303121332.

Schnierer, Th. *Modewandel und Gesellschaft. (Die Dynamik von „in“ und „out“)*. Opladen: Leske und Budrich, 1995. 203 S. ISBN 9783810013811.