

Mihaela ȘULEA-IORGULESCU

Mihaela ȘULEA-IORGULESCU

**VARIAȚIE ȘI SCHIMBARE ÎN CÂMPUL
LEXICAL AL MODEI VESTIMENTARE
ÎN LIMBA ROMÂNĂ ACTUALĂ**



Editura UNIVERSITARIA

Craiova, 2026

Referenți științifici:

Prof. univ. dr. habil. Titela Vîlceanu

Prof. univ. dr. habil. Mihaela-Valentina Tănase-Dogaru

Copyright © 2026 Editura Universitaria

Toate drepturile sunt rezervate Editurii Universitaria

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

ȘULEA-IORGULESCU, MIHAELA

Variație și schimbare în câmpul lexical al modei vestimentare în limba română actuală / Mihaela Șulea-Iorgulescu ; pref. de Titela Vîlceanu. -

Craiova : Universitaria, 2026

Conține bibliografie

ISBN 978-606-14-2251-7

I. Vîlceanu, Titela (pref.)

811.135.1

687

© 2026 by Editura Universitaria

Această carte este protejată prin copyright. Reproducerea integrală sau parțială, multiplicarea prin orice mijloace și sub orice formă, cum ar fi xeroxarea, scanarea, transpunerea în format electronic sau audio, punerea la dispoziția publică, inclusiv prin internet sau prin rețelele de calculatoare, stocarea permanentă sau temporară pe dispozitive sau sisteme cu posibilitatea recuperării informațiilor, cu scop comercial sau gratuit, precum și alte fapte similare săvârșite fără permisiunea scrisă a deținătorului copyrightului reprezintă o încălcare a legislației cu privire la protecția proprietății intelectuale și se pedepsesc penal și/sau civil în conformitate cu legile în vigoare.

Mulțumiri

Dedic această lucrare soțului și fiicei mele, Ana-Timeea, pentru sprijinul și înțelegerea oferite, pe parcursul întregii mele călătorii academice.

În momentele dificile, răbdarea și încurajările voastre au fost esențiale pentru finalizarea acestei lucrări.

Vă mulțumesc pentru dragostea, sprijinul și sacrificiile voastre, fără de care această lucrare nu ar fi fost posibilă.

PREFAȚĂ

Lucrarea de față, intitulată *Variație și schimbare în câmpul lexical al modei vestimentare în limba română actuală*, reprezintă rezultatul unui demers analitic minuțios, situat la intersecția dintre lingvistica teoretică, sociolingvistică și realitățile pragmatice ale comunicării contemporane. Într-o lume și epocă în care dinamismul social este dublat de o circulație fără precedent a informației, limba devine principalul vector și barometru al transformărilor culturale, iar sectorul vestimentar constituie, fără îndoială, unul dintre cele mai sensibile și efervescente arene de evoluție ale lexicului. Autoarea, Mihaela Șulea-Iorgulescu, reușește să surprindă cu o rară acuratețe mecanismele prin care inovația terminologică pătrunde în țesătura limbii române, remodelând nu doar vocabularul de specialitate sau terminologia aferentă, ci și limbajul cotidian al utilizatorilor conectați la tendințele globale.

Stadiul actual al cercetării în acest domeniu a fost marcat, până destul de recent, de o concentrare asupra influenței franceze, care a dominat secole de-a rândul terminologia eleganței vestimentare, mai ales în ceea ce privește *haute couture*. Totuși, în ultimele decenii, asistăm la o mutație fundamentală, marcată de ascensiunea fulminantă, fără precedent a anglicismelor, fenomen care a generat adesea reacții de rezistență sau, dimpotrivă, de adoptare mimetică necondiționată. Lucrarea de față intervine într-un moment critic, în care vechile structuri terminologice coexistă cu termeni noi, de natură neologică, adesea neadaptăți la specificațiile limbii țintă, preluați din mediul digital, din rețelele de socializare și din jurnalismul de modă internațional. Originalitatea contribuției autoarei rezidă tocmai în capacitatea de a nu se limita la o simplă inventariere a acestor neologisme, ci de a le analiza prin prisma trihotomiei coșeriene sistem – normă - vorbire, oferind o perspectivă integrată asupra modului în care utilizarea individuală a lexemelor neologice ajunge să influențeze norma colectivă.

Un element de noutate absolută pe care această cercetare îl aduce în peisajul lingvistic românesc este utilizarea instrumentelor moderne de analiză a corpusului, precum Web Scraping Sketch Engine sau Google Trends. Această metodologie hibridă permite o cuantificare obiectivă a frecvenței unor termeni precum *oversized*, *quiet luxury* sau *athleisure*, scoțând la iveală discrepanțele dintre ceea ce este înregistrat în dicționare și ceea ce se utilizează de fapt în comunicarea mediatică și virtuală. Mai mult, autoarea explorează dimensiunea

psiholingvistică prin aplicarea unor chestionare, investigând gradul de înțelegere și acceptare a acestor termeni de către vorbitori de diferite vârste și niveluri de educație. În acest sens analiza complexă, multidimensională a variațiilor pragmatice (diacronică, diatopică, diastratică, diafazică, diamezică și diegetică). În consecință, lucrarea transcende dimensiunea unui simplu studiu lexical, transformându-se într-o investigație socio-pragmatică a modului în care utilizatorii lingvistici își negociază și legitimează identitatea prin intermediul limbajului vestimentar.

Cercetarea oferă soluții practice pentru mai multe categorii de specialiști. În plan lexicografic, datele colectate și analizate pot servi drept fundament pentru viitoarele ediții ale *Dicționarului Ortografic, Ortoepic și Morfologic al Limbii Române (DOOM)* sau ale *Dicționarului de Cuvinte Recente (DCR)*, oferind date autentice, valoroase despre mecanismele productive ale creației și inovării lexicale, cu focalizare pe creația neologică, precum și despre adaptarea fonetică, morfosintactică, semantică și pragmatică (context reale de utilizare) a împrumuturilor din domeniul vestimentației. De asemenea, jurnaliștii de modă, creatorii de conținut și profesioniștii din industria de marketing pot exploata aceste constatări pentru a-și rafina strategiile de comunicare, asigurându-se că mesajele transmise sunt nu doar „trendy”, ci și inteligibile pentru publicul larg. Într-o eră a globalizării, înțelegerea nuanțelor care separă un *trench* de un *pardesiu* sau un *top* de o *bluză* devine esențială pentru precizia terminologică cerută de rigoarea științifică și de eficiența comercială.

Cartea este structurată astfel încât să conducă cititorul de la fundamentele teoretice ale variației lingvistice către aplicații practice complexe. Analiza microcâmpurilor lexicale - de la piese de bază la stiluri vestimentare complexe - demonstrează o aprofundare a temei și o abordare uneori atomistică a nuanțelor de sens. Mihaela Șulea-Iorgulescu nu se mulțumește să observe acest fenomen lingvistic, ci îl problematizează, formulând, într-o retorică argumentativă, întrebări esențiale despre viitorul limbii române în contextul presiunii exercitate de limba engleză. Această extindere și punere în perspectivă către aspecte ce țin de sociologia modei și antropologia culturală face ca lectura să fie una captivantă, depășind barierele unui text strict lingvistic.

Dincolo de valoarea sa științifică, cartea este și un omagiu adus vitalității limbii române, care se dovedește a fi un organism viu, capabil să asimileze noul fără a-și sacrifica structurile fundamentale. Modul în care autoarea reușește să

explice procese lingvistice aride prin exemple vii, preluate din blogurile de modă ale momentului, face ca cercetarea să fie accesibilă și studenților din domeniul filologiei, jurnalismului etc. sau pasionaților de modă care doresc să înțeleagă sensul nuanțat al terminologiei pe care o utilizează zilnic. Cartea poate fi considerate un *vade mecum*, un instrument extrem de util de navigare prin labirintul semantic al modernității, unde vechiul și noul se întâlnesc într-un dialog continuu și fascinant.

Într-un domeniu atât de fluctuant și versatil precum moda, a produce o lucrare de o asemenea profunzime este o performanță notabilă. Publicul larg, dar și comunitatea academică, vor găsi în aceste pagini nu doar informație, ci și o metodă de lucru recontextalizabilă pentru studiile viitoare de lexicologie și terminologie, cu interfețe multiple, interdisciplinare. În esență, cartea rămâne o mărturie a modului în care limba română actuală se redefinește, se adaptează, poziționează și potențează ca sistem deschis în contextul culturii globale contemporane.

Craiova, martie 2026

Prof. univ. dr. habil. Titela VÎLCEANU

INTRODUCERE

Moda vestimentară reprezintă unul dintre domeniile care reflectă în mod direct variațiile și schimbările limbii, fiind, la rândul său, caracterizată printr-o transformare continuă la nivel referențial. Diversitatea pieselor de vestimentație, a accesoriilor, a tehnicilor de realizare și a croielilor se reflectă în plan lingvistic printr-o permanentă îmbogățire și reconfigurare a vocabularului. Dinamismul specific acestui domeniu este susținut și de discursul online, în special de cel din blogurile și revistele de modă, care îmbină expresivitatea verbală cu imaginea și contribuie la transformarea produselor vestimentare din simple obiecte de îmbrăcăminte în expresii ale identității și ale statutului social al celor care le utilizează.

Atât moda vestimentară, cât și limbajul verbal pot fi considerate sisteme semiotice definite printr-o dinamică accentuată și prin schimbare permanentă. Moda evoluează constant prin apariția unor noi tendințe și stiluri, iar limbajul se transformă prin creații lexicale, resemantizări și modificări ale sensurilor existente, ceea ce face ca domeniul modei să constituie un spațiu privilegiat pentru observarea variației lingvistice.

În acest context, lucrarea propune o analiză a domeniului lexical al modei vestimentare în limba română actuală, urmărind modul în care terminologia specifică evoluează, cauzele modificării termenilor și expresiilor utilizate pentru a desemna articole de îmbrăcăminte, stiluri și tendințe, precum și impactul altor limbi și culturi asupra acestui vocabular. Sunt avute în vedere, de asemenea, transformările produse de mediul online și de discursul mediatic, care favorizează apariția și circulația unor serii extinse de termeni noi, precum și modul în care vorbitorii de limbă română percep și înțeleg conceptele recente din domeniul modei vestimentare.

Interesul pentru domeniul modei vestimentare se explică, în primul rând, prin dezvoltarea accelerată a acestui sector, vizibilă nu doar la nivel economic sau cultural, ci și în plan lingvistic. Termeni și expresii specifice modei nu mai aparțin exclusiv specialiștilor sau profesioniștilor din industrie, ci au pătruns în limbajul cotidian, fiind utilizați de vorbitori din diferite generații și medii sociale.

În același timp, câmpul lexical al modei se caracterizează printr-o dinamică accentuată și o mare diversitate, alimentate în special de numeroase împrumuturi neologice, frecvent întâlnite în publicistica actuală, mai ales în

mediul online. Această expansiune rapidă nu este însă însoțită de o dezvoltare corespunzătoare a instrumentelor de analiză: literatura de specialitate rămâne relativ limitată, iar dicționarele de cuvinte recente, inventarele de anglicisme sau corpusurile bine structurate sunt încă insuficiente.

În acest context, analiza limbajului modei vestimentare devine nu doar relevantă, ci și necesară, deoarece oferă o perspectivă asupra modului în care evoluțiile sociale și culturale se reflectă în limbaj.

Fenomenul anglicismelor și impactul acestora asupra vocabularului limbii române au fost analizate în numeroase studii de specialitate, semnate de lingviști precum Mioara Avram (1987, 1997), Theodor Hristea (1972, 1981, 1984), Georgeta Ciobanu (1983, 1996, 2004, 2006), Adriana Stoichițoiu-Ichim (2001, 2006, 2007a), Rodica Zafiu (2001, 2002, 2010) și Cristian Moroianu (1998, 2008, 2015). În schimb, domeniul lexical și terminologic al modei vestimentare a fost abordat cu precădere din perspectiva influenței limbii franceze, considerată tradițional dominantă în acest sector și, în general, în procesul de modernizare și internaționalizare a vocabularului limbii române. În această direcție se înscriu contribuțiile Lorenței Popescu (2015), Roxanei Costache (2020), Monicăi Iovănescu și Andei Rădulescu (2000), Ceciliei Popescu (2013) și Andreei Săndoi (2011).

Cu toate acestea, o analiză amplă și sistematică a domeniului modei vestimentare din perspectiva influențelor lexicale recente de origine engleză, intens utilizate și propagate în discursul online al blogurilor și revistelor de profil, nu a fost încă realizată.

Actualitatea temei este strâns legată de orientarea cercetării spre discursul online al modei, un spațiu privilegiat pentru observarea variației și a schimbării continue în limbaj. Blogurile și revistele electronice de modă reprezintă un spațiu de vulgarizare și de diseminare a „noului val” de termeni neologici din acest domeniu, proveniți în special din limba engleză. În acest mediu, termenii noi sunt adoptați și integrați rapid, ca modalitate de aliniere la tendințele terminologice internaționale ale modei, dar și ca mijloc de captare a atenției cititorilor.

Volumul de față își propune să ofere o perspectivă de ansamblu asupra neologismelor de origine engleză pătrunse în limba română actuală, dintre care o parte importantă nu este încă înregistrată în lucrările lexicografice existente.

Analiza se concentrează asupra domeniului modei vestimentare, unul dintre spațiile în care influența limbii engleze se manifestă cu deosebită intensitate.

Abordarea este una sincronică și lexico-semantică, având în vedere diferite tipuri de neologisme — împrumuturi, calcuri, trunchieri, abrevieri sau parafrazări — intrate relativ recent în uz. Sunt urmărite valorile semantice ale acestor unități lexicale, pe baza definițiilor din dicționarele limbii sursă și ale limbii române, precum și eventualele modificări de sens produse în procesul adaptării lor, observabile mai ales în discursul online.

Analiza este completată de o perspectivă sociolingvistică și de lingvistică de corpus, realizată cu ajutorul unor instrumente moderne de investigare, care permit evaluarea gradului de comprehensiune a termenilor împrumutați, a necesității utilizării lor și a preferințelor vorbitorilor pentru aceste forme în raport cu echivalentele românești, în funcție de factori precum vârsta, nivelul de educație, mediul de rezidență sau interesul pentru domeniul modei.

În acest scop, a fost alcătuit un corpus reprezentativ de texte provenite din bloguri și reviste online dedicate modei vestimentare, pe baza cărui sunt inventariați și analizați termenii de origine engleză din câmpul lexical al modei feminine, precum și relațiile lexico-semantice, morfosintactice și pragmatice pe care aceștia le stabilesc în vocabularul actual al limbii române.

Analiza pornește de la ipoteza că, deși vocabularul românesc asociat domeniului modei vestimentare este, în mare parte, de origine franceză, influența limbii engleze din ultimele două decenii a contribuit semnificativ la reconfigurarea acestuia. Transformarea este strâns legată de procesul de internaționalizare a jargonului specific și de rolul tot mai important al mediului online, în special al blogurilor și revistelor electronice, în promovarea modei.

În același timp, prezența masivă a anglicismelor în acest domeniu ridică probleme de comprehensiune, necesitând adesea procese de dezambiguizare pentru vorbitorii de limbă română. Înțelegerea acestor termeni depinde de o serie de factori extralingvistici, precum nivelul de competență în limba engleză, gradul de familiaritate cu domeniul modei sau interesul pentru stilul personal.

Un rol esențial îl are și contextul de utilizare, care contribuie la clarificarea sensului. Transparența lexicală se construiește frecvent prin parafrazări, relații sinonimice sau diferite tipuri de explicitări realizate la nivelul co-textului, dar și prin intermediul elementelor vizuale, precum imaginile sau iconotextele, care completează sau substituie descrierea verbală a referențelor.