

Emina CĂPĂLNĂȘAN
(Universitatea de Vest
din Timișoara)

Memoria lingvistică a consumatorului de azi: de la DOOM₂ la DOOM₃ (II¹)

Abstract: (The memory of today's consumer: from DOOM₂ to DOOM₃) We aim at following some new vocabulary items included in DOOM₃, as well as lexical elements which are entries in DOOM₂, but have undergone formal changes when included in DOOM₃. We confront the usage and the norm (also historically speaking) as we follow online contexts and carefully skim through the pages of DOOM₂ and DOOM₃.

Keywords: DOOM₂, DOOM₃, usage, norm, context

Rezumat: Ne propunem să urmărim câteva dintre elemente noi din *Dicționarul ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române*, ediția a III-a, precum și elemente lexicale care sunt articole de dicționar în *Dicționarul ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române*, ediția a II-a, , dar au suferit schimbări de ordin formal odată cu includerea în DOOM₃. În esență, vom urmări comportamentul în flexiune a unor lexeme precum: *blog, vlog, brunch, hub, start-up* ș.a., dar și actualizarea lor în contexte întâlnite în mediul online: site-uri de știri, bloguri, textele unor reclame. Confruntăm uzul și norma, într-un periplu comparativ prin spațiul online și prin paginile edițiilor a II-a și a III-a a DOOM. Am încercat să grupăm termenii pe care îi urmărim în categorii precum: (*obiceiuri*) *media, lifestyle*.

Cuvinte-cheie: *Dicționarul ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române, ediția a II-a, Dicționarul ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române, ediția a III-a, uz, normă, context*

Introducere

Memoria lingvistică și obiceiurile consumatorului de azi sunt cele două chestiuni teoretice situate în centrul demersului nostru. Cercetarea recomandărilor privitoare la limba română actuală se bazează pe studiul atent al *Dicționarului ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române*, ediția a II-a, și al *Dicționarului ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române*, ediția a III-a.

Este bine cunoscut faptul că vorbim de memorie vizuală, memorie selectivă, memorie afectivă, sintagmele fiind utilizate frecvent inclusiv în vorbirea curentă:

¹ Prima parte a studiului, *Memoria lingvistică a consumatorului de azi: de la DOOM₂ la DOOM₃* (I), a fost publicată în *Memoria din cuvinte: reprezentări și moduri de tratare*, ed.: Grațiela Benga-Țuțuianu, Timișoara, Editura Universității de Vest din Timișoara, 2025, ISBN 978-630-327-193-4, p. 427-448.

am/nu am memorie vizuală, memoria afectivă a elevilor, memoria lingvistică, sub această formă, fiind, mai degrabă, obiectul studiilor de specialitate. Pe scurt, *memoria lingvistică*, element deosebit de important în actul vorbirii, se referă la reținerea/redarea cuvintelor, a propozițiilor, a numerelor, a simbolurilor. Întrebarea care a declanșat interesul pentru conceperea studiului de față este următoarea: Vorbitorul de rând recurge la *memoria lingvistică* sau consultă dicționarele?

Un cuvânt, o expresie, o zicere se pot fixa în memoria lingvistică a colectivității pentru multă vreme; până la urmă, trecutul literar, literatura populară stau sub semnul oralității. Din această pricină, intervenind memoria, întâlnim multiple forme ale ideii în privința unei opere populare. Create și transmise prin cuvânt, fiecare variantă a unei opere populare este o operă în sine (personajul *Ileana Cosânzeana*, personaj feminin din basmele românești, de exemplu, este zâna florilor, zeița primăverii, o fată frumoasă). Totalitatea producțiilor înțelepciunii unui popor și variantele istorisirilor fac literatura bogată, conceptul transmiterii prin cuvânt fiind însă o chestiune deosebit de interesantă din punct de vedere strict formal, lingvistic, filologic. Mai scriem astăzi? Cât din ce citim consemnăm? Cât din ce citim verificăm? În căutarea unor răspunsuri la aceste întrebări, am ajuns la actantul societății de consum de astăzi: consumatorul de azi. Potrivit tribunaconsumatorilor.ro, *consumator* este „oricine care în lumea de azi cumpără un produs sau serviciu”. Consumatorii sau *clienții* de azi sunt consumatorii conectați la informații; consumatorii își folosesc telefoanele pentru a face cercetare înainte de a face următorul pas. (v. startupcafe.ro). În acest context, al dialogului permanent cu/prin telefon(ul), influența vorbirii, a dialogului obișnuit, a contextelor cotidiene (etichete, anunțuri din spațiul public, postări de pe rețelele de socializare), ne putem întreba cât de mult mai scriem; în cazul în care scriem, verificăm textul înainte de a-l publica/trimite? Prin cuvânt(are) ori prin rapiditatea cu care trimitem mesaje, unele elemente pot ajunge distorsionat la destinatar(i), iar o greșeală se difuzează rapid. Cât de des verificăm forma unui cuvânt în DOOM? Limba pe care o vorbim are... *memorie* bună? Suntem consecvenți în actualizarea formelor: *Am cumpărat un kilogram de căpsune/căpsuni*? Conștientizăm că alegem o anumită formă?

Urmărim în prezentul studiu următoarele aspecte: cuvinte noi (neînregistrate în dicționare) denumind realități noi și schimbări formale acoperind aceleași realități; altfel spus, ne interesează opoziția elemente noi vs elemente păstrate care au suferit schimbări. Am grupat cuvintele care ne-au atras atenția – prin frecvența lor sau prin lejeritatea cu care s-au adaptat la noul context cultural, prin schimbarea formei de la o ediție la alta a DOOM-ului, prin pluralitatea formelor în care circulă, prin productivitatea din limba română – în două categorii: (*Obiceiuri*) *media* (*blog, vlog, bloga, vloga, trolli, trolling, bofi, memă*) și *Lifestyle* (*brunch, vegan, party, outfit, brand, outlet, dandy, hub, start-up, minigolf, outdoor, babyschi, outsider*). Trebuie să precizăm că în cazul majorității cuvintelor discutate ne-am pus întrebarea dacă ele sunt necesare în comunicare fie pentru că denumesc o realitate nouă, nedenumită printr-un lexeu deja existent în limbă, fie pentru că reprezintă o completare a unei serii sinonimice sau aduc precizie într-un mesaj.

(Obiceiuri) media

Un prim element nou în DOOM₃ este *blog*. Face parte din clasa neutrelor (s.n.) și are la pl. forma *bloguri*. Vorbim, așadar, de un cuvânt cu un comportament flexionar previzibil, având în vedere precedentul: *vin* – *vinuri*, *suc* – *sucuri* (neutre cu pluralul în *-uri*) și asocieri pertinente: *un weekend*, *weekendul*, *două weekenduri*, englezism, element vechi în limbă, grafiat fără cratimă la forma articulată sau la forma de plural (chiar în DEX, 2009). Prin urmare, deși nu apare în DOOM, forma articulată de singular a cuvântului *blog* este *blogul*. De la *blog* – *blogging*, englezism și el, preluat ca atare în română și inclus în DOOM₃. S.n., având forma articulată *bloggingul*, este frecvent în uz. Mai actuale sunt *vlog* s.n., pl. *vloguri*, și *vlogging* [ggi pron. g'i] s.n., art. *vloggingul*, ambele elemente notate cu „+” în DOOM₃, semn că în edițiile anterioare ale dicționarului nu apar. Este interesant că în dicționarele mai vechi apare *vlog*, însemnând „ploaie mărunță”, „cer întunecat” (v. MDA₂, DEXI, Scriban, 1939, DAR). Vorbim astfel de o pereche de omonime: *vlog*₁ și *vlog*₂: „un blog sub formă de video, un fel de jurnal video online” (jurnaldedigitalmarketing.com). *Un vlog* spune o poveste, are o tendință puternic narativă, fie că este vorba de „deschiderea unei cutii cu produse de frumusețe, rețeta unui tiramisu sau rezumatul unei excursii” (ibidem). *Un vlog* este, pe scurt, o narațiune actuală, captivantă și sinceră, o alternativă mult mai creativă, mai expresivă a blogului. În loc de text apar imaginea, sunetul. Putem spune că este un film scurt, în acord cu vremurile trăite, în care timpul nu mai are deloc răbdare.

Vlogging vine de la *video blogging* și presupune activitatea de înregistrare video a unei persoane care discută despre diferite lucruri. „*Vloggingul* a devenit una dintre cele mai utilizate forme de a comunica pe internet. Mii de tineri se filmează zilnic, în ipostaze regizate de ei sau de fanii care le trimit provocări. Cu cât mai multă excentricitate, cu atât mai mulți fani.” (digi24.ro). O modă? *Un trend*, eventual! În acest context, apare întrebarea dacă *bloggingul* mai poate avea succes. „*Bloggingul* nu este depășit și nici nu cred că va fi prea curând. În ciuda avântului pe care și l-au luat rețelele de socializare, consider că tot *bloggingul* este mediul cel mai potrivit pentru a oferi informații de calitate. Chiar dacă se discută mult despre preferința oamenilor pentru fotografii și videoclipuri, părerea mea este că tot informația scrisă este capabilă să ofere un plus de calitate audienței” (viatadeblogger.ro); „*bloggingul* este încă în viață și pare să trăiască vremuri fulminante. Astăzi, blogurile reprezintă mai mult decât un spațiu în care să îți scrii gândurile sau opiniile. Statisticile arată că 60% dintre clienți vor fi predispuși să achiziționeze un produs după ce citesc un articol despre el” (baboon.ro).

Ca filologi, nu putem trece cu vederea lipsa de simetrie, de consecvență, în atașarea articolului hotărât. Am găsit în același articol și varianta fără cratimă (cea corectă, dacă ne raportăm la regula articulării anglicismelor), și varianta cu cratimă: „În străinatate, *vloggingul* este o industrie uriașă.”; „Ce înseamnă *vlogging-ul*. Noua modă din mediul virtual” (digi24.ro).

În *Îndreptar* (cu destinație predilect didactică, având o formă mai suplă, mai scurtă, mai simplă și un inventar mult limitat de cuvinte-titlu – 10-12 % față de

DOOM₃) apar *blog*, *blogger*, *vlogger*, dovadă că ele fac parte din vocabularul activ al românei de azi.

Verbele *a bloga*, *a vloga* sunt absente din dicționare. Cu toate acestea, am putea să le găsim susținere, mai ales că sunt folosite. Mai mult, ar fi un semn de productivitate în româna actuală și de integrare în sistem a unor elemente străine necesare.

De la *blog* – (a) *bloga* („a scrie pe blog”). Contextele nu sunt puține, deși poate părea la prima vedere o metodă simplistă de a denumi o acțiune. *Logați-vă pentru a bloga* sau *Sfaturi pentru a bloga* sunt doar câteva dintre situațiile frecvente de materializare a infinitivului.

Conjugarea poate fi și ea stabilă, având în vedere formele care circulă: „Nici acum nu scriu, *bloghez*.” (jurnaldecafea.wordpress.com); „Liviu Mihaiu *bloghează* din nou” (bucurenci.ro). *Cum bloghezi un eveniment*, *Cum să bloghezi part-time*, *Mai are rost să bloghezi*, *Bloghează-ți viața*, *Hai să blogăm* sunt titluri repetate, repetabile, curente în mediul online. Dacă avem *să ne logăm* (v. DGS, DOOM₃), avem și „*Să ne blogăm*: crește blogosfera politică. Pe cine mai doriți «să blogăm»?” (blogosfera.md). *A bloga* – conjugarea I. E interesant faptul că *blogăm* (reflexiv) apare pe un site din Republica Moldova. Poate fi o variantă folosită în varietatea românei vorbite în Republica Moldova, posibil calc după rusă.

Altă formă a verbului – alt tipar de conjugare: *a blogui* – *bloguiesc*, după verbe precum *a locui* – *locuiesc*. Notăm câteva contexte: „De ce am *bloguit* sau de ce am început *să bloguiesc*?” (smiley1991.wordpress.com); „*Bloguiesc* de 4 ani!” (www.neacsu.org); „Eu mi-am imaginat în 1997 un asemenea murmur alinător și, înainte de sărbători, ascultându-l, m-am gândit să-l pun pe you tube să fie de ajutor și altora. Acum îl și *bloguiesc*, ca să-l folosiți până găsiți propriul murmur.” (ioangyuripascu.wordpress.com); „*Bloguiesc*, deci exist.” poate fi un refren al blogosferei. *Mă bloguiesc*, *ne bloguim* este un *mă dau/ne dăm pe net* specializat, personal, scriptic, despre mine, pentru sine, dar și pentru ceilalți. „Începeți să *vă bloguiți* propriul blog sau site. Creează-ți propriul top cele mai bune idei de duminică.” (bliss-deco.ru) sau „Am impresia că *vă bloguiți* reciproc, așa e?” (scaietina.com, comentariu): *a blogui* poate lua calea jocului sensurilor, a deschiderii, a polisemiei, a umorului, a creațiilor spontane, inteligente.

Acest context „Hai să *blogăm* despre *blogging*, *bloggând* *bloggărește* despre *blog*” (cetin.ro) face justificată întrebarea dacă vorbim de joc sau despre existența unei familii lexicale bogate. Observăm grafia specifică englezei – consoana dublă *gg*.

Verbul *a vloga* ar putea avea și el paradigma completă; din nou, este des întâlnit în mediul online. Am selectat câteva contexte: „Profesorii facultății *vloghează*! Facultatea din Miercurea-Ciuc a Universității Sapiientia lansează video blogul cu numele de Sapiophile.” (articol din 2016, <http://csik.sapiientia.ro/>); „Oamenii în general joacă un rol atunci când *vloghează*, însă tu pari destul de sincer.” (comentariu, 2018, <https://dudur.net/>); „suntem o familie care lucrează împreună și ne place să ne jucăm împreună, așa că *vlogăm* toate aventurile noastre!” (<https://apkgk.com/>).

Mai frecvente sunt însă variantele: *a avea vlog*, *a crea un vlog*, *a face vlogging*, *vlogul* fiind practic un blog ce are „content” exclusiv video.

Vlogat(ul) sau *vlogăreală/-a* sunt funcționale? Apar? Acestea sunt câteva dintre întrebările pe care ni le-am pus. *Vlogatul*, un posibil substantiv format de la participiul verbului *a vloga* (v. *a fuma* – *fumatul*; *a alerga* – *alergatul*), nu pare să-și fi făcut loc în discursul internetului de azi. Apare însă forma cu *-ing* (englezească). *Vlogăreală* apare. Notat fără diacritice, năstrușnicul element este titlu de blog personal și de canal de YouTube. Mai mult, l-am găsit contextualizat în articole de ziar sau în interviuri: „Iliescu a revenit în forță pe blog, Geoană s-a retras momentan în *vlogăreală*” (cotidianul.ro, 2016); „Costi Rogozanu: Nu cred, dar e plin YouTube-ul de *vlogăreală* despre cărți, sînt și destule site-uri cu așa ceva, mai sînt și cîteva reviste literare cu recenzii bune.” (catavencii.ro, 2019). Este cuvântul folosit ironic ori depreciativ? Probabil că da.

Analizând mai multe actualizări ale cuvintelor discutate, am observat că s-a ajuns de la un element solitar la un element capabil de a forma paradigmă: „Rog toți *vlogații* să se aboneze la canal, să facă un Share pentru ca și alții să se *vlogărească* și, desigur, să dea un like la episoade. Dar fără multă *vlogăreală*, vă mulțumesc *vlogos* tuturor celor ce mă urmăresc.” (blogosfera.md). Descoperim prin această un ușor alt sens, jocul de cuvinte fiind foarte interesant: *vlogăreală* – *vorbărie*. *Vlogăreală* (cu *g*-ul nedublat) poate reprezenta un element care demonstrează puterea creativă a vorbitorilor, care, fără a avea neapărat noțiuni teoretice despre mecanismul de formare a cuvintelor sau fără a decela baza de afixe, creează cuvinte noi, elemente interesante pentru cei care înțeleg că nu orice noutate lexicală este o bizareerie. Nuanțele: ironie, sens depreciativ, desprinse din contexte de mai sus, dar și prin asocierea: *vlogăreală*, *flecăreală*, *trăncăneală*.

Fabricile sau *fermele* de *trolli* ori de *boți* sunt asocieri care au apărut frecvent și constant în media ultimelor luni din 2024. *Trolli* și *boți* sunt două lexeme pe care le considerăm importante într-o analiză a românei contemporane. *Fabrica de trolli* este definită drept o entitate care desfășoară activități de propagandă, de dezinformare pe internet; de obicei, aceste fabrici sunt ascunse sub un nume obișnuit și discret – declarându-se agenție de publicitate sau centru de cercetare – și au activitatea concentrată pe sfera politică sau pe cea economică. Instrumentele folosite sunt: profilurile false de *social media*, site-uri web, postări pe rețelele sociale. Cei implicați nu doar că alcătuiesc mesaje și le distribuie, ci și răspund la comentarii, participă la discuții online, simulează dispute, astfel încât să crească impresia de profiluri reale. (v. digi24.ro). Termenul de *troll* (scris cu 2 *l*) provine din limba engleză, de la *trolling*, o *tehnică de pescuit*¹ ce implică întinderea unei momeli și plimbarea acesteia dintr-o barcă în mișcare. (v. dictionary.cambridge.org/dictionary/english/trolling).

Pe dictionary.cambridge.org găsim cuvântul înregistrat cu două sensuri relevante pentru discuția noastră: 1. actul de a lăsa pe internet un mesaj jignitor cu scopul de a

¹ Vezi vivatropolis.com/papers/Donath/IdentityDeception/IdentityDeception.pdf, un studiu detaliat, elaborat în 1998, cu privire la proveniența cuvântului *troll* și la primele sale utilizări.

enerva pe cineva; 2. actul de a încerca să prinzi pește trăgând un fir de momeală prin apă dintr-o barcă. Pe jurnalul.ro citim că *trollingul* a devenit o formulă prin care persoane specializate în manipulări și dezinformări prind în capcană oameni puțin informați pentru a-i păcăli sau chiar radicaliza pe anumite teme.

Ce înseamnă totuși *trolli*? „Sunt acei oameni care, pentru bani sau pur și simplu pentru distracție, improașcă mereu cu venin. Sunt puși mereu pe hartă, răspândesc ura, cu scopul de a devia atenția către un anumit subiect. Se estimează că în fiecare zi *trollii* din online-ul românesc lasă peste 8 milioane de comentarii pe Facebook și 2 milioane de postări.” (digi24.ro). Fiind cuvinte noi, cuvintele nu sunt explicate în dicționarele cunoscute (DEX, de exemplu); apar însă în DOOM₃, având statut de elemente noi: *+troll* (mesaj provocator) (engl.) s. m., pl. *trolli* și *+trolling* (violare a regulilor spațiilor sociale de pe internet) (engl.) s. n., art. *trollingul*. Ambele cuvinte conțin literă dublă (*l*) și au forme articulate și de plural grafiate fără cratimă. Considerăm explicația din DOOM₃ utilă, deși aceasta nu redă în totalitate semnificația lui *troll* din uz; în DOOM₃ apare doar un sens („mesaj”), dar *troll* se folosește și pentru a desemna persoana care lasă acel mesaj – lucru ce reiese și din citatul de la începutul paragrafului. Totuși, practica de a oferi explicații este importantă; deși este un dicționar specializat în a recomanda forme, explicația nu trebuie să lipsească în cazul unor articole de dicționar. Apare și *trol* – grafiat cu un singur *l* – acesta însă se referă la o ființă mitică; este s. m., la pl. *troli*.

Boți – de la *roboți*. Poate nu este o asociere la care să ne gândim imediat, dar, odată ce alăturăm cele două cuvinte, este clar că așa stau lucrurile. Cuvântul *robot* a pătruns în română din franceză, este un lexem vechi în limbă, consemnat de toate dicționarele importante: DEX, MDA, DN, MDN. *Boții* însă au intrat pe filieră englezească. În cazul lui *bot* – căci acesta ar fi singularul – nu vorbim de statut oficial. Nouă este forma scurtă, nou este și contextul. Nefiind cuprins în niciun dicționar al limbii române, explicațiile le-am extras din media de astăzi: *Rețelele de boți* sunt acele rețele care propagă viruși troieni, de exemplu, care ne infectează computerele, care ne fură datele. (digi24.ro). *Un bot* este un program, o aplicație menită să îndeplinească niște sarcini (repetitive, de regulă). *Bot(ul)* sau *chatbot(ul)* sau *asistent(ul) virtual* este un program informatic ce funcționează online sau într-o rețea, pentru a răspunde automat la întrebări, pentru a urma anumite comenzi sau pentru a îndeplini anumite sarcini simple, de exemplu corectarea greșelilor grafice. *Boții* pot fi folosiți și ca metodă de a dezinforma în mediul online. (după mediacritica.md).

Așadar, *un bot* este un program de calculator, *un robot* care îndeplinește diverse sarcini pe care le primește de la noi – utilizatorii. Noi suntem cei care dăm comenzile. Noi programăm răspunsurile unui *bot*, iar acesta poate genera postări sau poate interacționa cu publicul pe rețelele sociale, distribuind informații false, cu scopul de a manipula. O chestiune esențială: actorii dezinformării, adică persoanele care gândesc campanii de dezinformare, pot genera cu ajutorul acestor *boți* milioane de informații false în doar câteva secunde, transformând munca jurnaliștilor și a experților care combat aceste dezinformări în una practic inutilă (v. *ibidem*).

Bot nu ridică nici probleme de scriere, nici de pronunțare, iar formele sunt previzibile: *bot*, *boți*, *boții*. Forma articulată de singular: *botul*. Considerăm că, dacă va fi folosit cu la fel de multă frecvență, va deveni articol într-o ediție viitoare a..... DOOM-ului.

Un alt element nou în DOOM₃, marcat corespunzător: *memă*, la pl. *meme*. Absent din alte dicționare, prezent pe platforma dextonline¹ (s.v. *memă*), cuvântul *memă* este definit astfel: „idee sau tipar comportamental care se răspândește prin imitație în cadrul unui grup social.; p. ext. o idee, de obicei hazlie, materializată într-o imagine, un clip sau un text, care se răspândește prin intermediul internetului. Din engl. *meme*”. Varianta *meme*, cu pluralul *memeuri*, chiar *meme-uri* circulă în spațiul online. Nici *mim* nu e de ignorat, o notare justificată de alte cuvinte din engleză (de pildă *match* > *meci*), adaptate sistemului românesc de scriere (fonetic, în multe cazuri). *Un meme – două memeuri* sau *un mim – două mimuri* sunt variante justificate. În opinia noastră, clasa neutrelor este mai potrivită pentru un element englezesc. Mai mult, recomandarea din dicționar este concurată puternic de varianta *meme* (citită ca atare sau ca în engleză) – un neutru singular mult mai previzibil decât femininul *memă*: „Ce este un «meme». De ce o imagine cu o pisică devine mai populară decât alte 3 milioane” (v. digi24.ro); „Ce este un «meme» și când a apărut pentru prima dată termenul folosit acum de milioane de oameni” (adevarul.ro). Observăm că în ultima frază *meme* este între ghilimele, acest fapt sugerând preluarea ca atare din engleză, fără o încercare de a adapta cuvântul.

Și mass-media, și *social media* sunt canale care duc mai departe elementele descrise mai sus, fiecare context înregistrat fiind o reală atestare a acestor lexeme.

Lifestyle

Atât în DOOM₂, cât și în DOOM₃ apare *brunch*. Grafiat ca în limba de origine (engleza), *brunch*, *brunch-uri* apare și în DEX, ediția 2009, și în DEXI. În cea din urmă lucrare, este notat un element util: proveniența: *breakfast* + *lunch*. O fuziune ușor de descifrat pentru vorbitorii de engleză sau pentru cei care citesc presa online de astăzi. Definiția: „masă luată între micul dejun și prânz” (DEX, DEXI) este cel puțin interpretabilă, explicația din MDN (2000) prinde, în opinia noastră, cel mai bine esența *brunch-ului*: „masa de dimineață luată mai târziu, ținând loc atât de mic dejun, cât și de prânz”. Scopul *brunch-ului* este să iei micul dejun mai târziu, astfel că mâncând mai consistent, sari peste masa propriu-zisă de prânz. Practic, *un brunch* este o masă luată între cele două momente ale zilei: dimineață și prânz, care înlocuiește ambele mese. Asociat, de regulă, cu zilele de weekend sau cu vacanțele, *brunch-ul* este, de asemenea, ocazia perfectă de a socializa. De aceea, *la un brunch*, se poate consuma alcool. În *social media* este frecvent interpretat ca element al traiului bun, al vieții urbane, al mediului de afaceri. „La *brunch* se pot consuma atât produse ușoare, cum ar fi cereale cu lapte, iaurturi, croasante, omletă, înghețată sau clătite, precum și preparate din carne,

¹ Precizăm că această definiție este formulată de către autorii/editorii platformei, nefiind într-o publicație academică, nu are legitimitate academică.

salate, pește, brânzeturi, supe, fructe de mare și deserturi. De regulă, la întâlnirile de afaceri, șampania și sucul de portocale nu lipsesc.” (adevarul.ro). Restaurantele se întrec în oferte și rețete, bucătarii demonstrând un real talent culinar și creativitate: ouă Benedict, avocado în diverse combinații, quiche lorraine, somon, burrito, pâine prăjită (denumită *toast* în multe meniuri), vafe, brișe.

Tot un mod de a descrie în termeni englezești lumea de astăzi: cuvântul *vegan*. Înregistrat în DOOM₃, *vegan* este adj. m., având la pl. forma *vegani*; f. *vegană*, pl. *vegane*. Element nou și el, *raw-vegan* [*raw* pron. engl. *ro*], adj. m., s. m., pl. *raw-vegani*; adj. f., s. f. *raw-vegană*, pl. *raw-vegane*, completează lista englezismelor din DOOM₃.

Am întâlnit și cuvântul *veganism*, acesta nu apare însă în dicționare. „*Veganismul* este un stil de viață (poate fi considerat o dietă, într-o anumită măsură) care caută excluderea folosirii animalelor pentru mâncare, îmbrăcăminte sau orice alt scop. Cele mai comune motive pentru a fi *vegan* sunt: angajamentul etic sau convingerea morală în privința drepturilor animalelor, grija pentru mediul înconjurător și sănătatea umană. Pe când vegetarianismul este o dietă – limitându-se la alimentație, *veganismul* este o filozofie de viață, un mod de a trăi în armonie cu tot ceea ce ne înconjoară. Spre deosebire de vegetarianism, din punct de vedere dietetic, *veganismul* exclude produsele lactate, ouăle și mierea, iar din punct de vedere filozofic, *veganismul* caută să excludă pe cât posibil folosirea a orice fel de produs animal, fie haine sau alte accesorii.” (asociatiaveganilor.ro)

Party apare în DOOM₂ și în DOOM₃, cratima făcând diferența între cele două variante recomandate în cele două ediții – *party-uri* (DOOM₂) și *partyuri* (DOOM₃). Cuvântul apare, de asemenea, în DEX (2009) și în MDN (2000). Observăm că ediția a III-a a DOOM-ului extinde regula potrivit căreia multe dintre englezisme se articulează sau se folosesc la plural fără a folosi cratima: pe lângă *joburi*, *weekenduri* etc., avem și *partyuri*.

Outfit, la pl. *outfituri*, un alt englezism notat cu „+” în DOOM₃, semn că nu apare în edițiile anterioare. Asocierile de cuvinte *outfituri de calitate* și *gamă variată de ținute* apar, nu de puține ori, în același paragraf, ceea ce ne face să credem că vorbim de clasicul apel la sinonime, evitându-se astfel o repetiție și demonstrându-se importanța îmbogățirii unei serii de cuvinte similare. *Outfit* și *ținută* nu sunt cuvinte concurente, ci elemente ale unei paradigme. Avem, așadar, *ținută*, dar avem și *outfit*. Integrate adecvat, ele nu sunt cuvinte rivale, ci două fețe ale aceleiași realități.

Un stil de viață în care vorbim de *outfit* justifică prezența în discurs a cuvântului *brand*. Citit englezește ([*brend*]), *brand* înseamnă „marcă” și are pl. *branduri* [pron. *brenduri*]. Nu este un cuvânt nou în limbă, fiind inclus în dicționare mai vechi: *brand₂*, *branduri*, s. n. Marcă de produs a unei firme renumite. [Pr.: *brend*] – Cuv. engl. (DEX); *brand₂* [*brend*] s.n. (econ.) Marcă (a unei fabrici, a unui produs etc.) – DEXI. Și în DOOM₃ avem diferențierea *brand₁* – *brand₂*, o chestiune interesantă pentru orice filolog interesat de detalii formale. Cele două lexeme se pronunță diferit, prin urmare ar trebui marcate diferit de perechile: *toc₁* – *toc₂*; *lac₁* – *lac₂* etc. În fine, *brand₁*,

branduri apare definit astfel în DEX (2009): „s. n. (Mil.) Aruncător de mine; *p. ext.* proiectil de aruncător de mine”.

Outfit – *ținută*, *brand* – *marcă*, *outlet* – ?. Îi putem găsi un sinonim neaoș, eventual vechi în limbă? Un *outlet* este definit, în esență, astfel: „magazin al unor *branduri* sau case de modă renumite, care vând hainele rămase, înainte de lansarea noilor colecții, la prețuri mult mai mici decât cele inițiale”. *Magazin de reduceri/cu reduceri*? Poate că această sintagmă ar funcționa ca sinonim; s-ar pierde însă o idee importantă: (*haine*) *de firmă*, cum se zice popular. *Outlet* nu înseamnă cu siguranță *secondhand*; nu înseamnă nici ceva rămas, un *outlet* nu este asociat cu vânzarea stocurilor în exces, cu haine de sezoane încheiate, cu produse vestimentare din colecții mai vechi ale unui anumit brand (nu vorbim de *sales* sau de *soldări*!), un *outlet* aduce laolaltă mai multe *branduri* și are reduceri pe toată perioada anului. Vorbim de un magazin cu un anumit specific.

Dandy nu este un element nou, prezintă însă un element formal modificat în DOOM₃: se scrie fără cratimă la forma articulată – *dandyul*. Potrivit DEX, un *dandy* se referă atât la un „tânăr elegant, îmbrăcat după ultima modă”, cât și la un „om de o eleganță exagerată și ușor ridicolă”. În realitate, vorbim de o *realitate*, o *poveste*, o *istorie*, care, reunite, trimit spre aspect, limbaj, hobbyuri (după DOOM₃, fără cratimă!).

În DOOM₃ apare ca articol *hub*. Contextele nu sunt puține, sunt peste tot, integrate în diverse articole și discursuri publice, majoritatea relevante pentru lumea de azi: „Chiar credem în schimbare și așa a apărut Minds *Hub*. Un spațiu creat de voluntari pentru tine.” (mindshub.ro); „*Hub-urile* vor conecta mediul universitar cu cel de business, oferind studenților pregătire practică în antreprenoriat și digital marketing.”; „*Hub-urile* vor juca un dublu rol: în primul rând vor sprijini *startup-urile* prin oferirea unui spațiu de coworking pentru studenți și antreprenori, precum și prin sesiuni de pregătire în domeniul business-ului (sic!) și competențelor digitale.” (startupcafe.ro). Cum îl traducem? Cum îl explicăm? Cum îl articulăm? Ce lexeme *românești* îl pot înlocui?

„Un *hub* este un mediu de afaceri controlat, în care rezidenții au acces la oportunități pentru creșterea accelerată a businessului propriu, atât pe verticală, cât și pe orizontală.” (businessdays.ro); „Este un spațiu comun de lucru” (hub7.ro). Îl întâlnim în sintagme precum: *financial hub*, *tourist hub*. Sinonime posibile: *centru*, *sediu central*, *bază*, chiar *nod*. Se articulează asemenea lui *job*: *hubul*, iar la plural are forma *huburi(le)*. Atragem atenția și asupra unui alt englezism: *start-up* [up pron. ap] s. n., pl. *start-upuri* [pron. startapuri].

În DOOM₂, ₃: *minigolf*, s.n. Nu este un cuvânt nou, am putea spune că este chiar vechi, având în vedere rezistența în timp și prezența în dicționarele cunoscute: DEX, MDA, DN (1986!). *Minigolf* și *minibaschet* sunt scrise fără cratimă. Regula se poate deduce din aceste exemple, putem să o aplicăm și atunci când astfel de cuvinte nu apar în dicționare. *Ultramaraton*, de exemplu, sau *minibalerină*. În presa scrisă actuală găsim cuvintele sub diverse forme: cu cratimă, fără cratimă și cu blank: în două elemente distincte. Există precedentul și este un argument puternic în limbă. Facem

analogiile potrivite și scriem corect, fără ezitări, urmând regula. Poate că este dificil să facem diferența între *prefixe* și *prefixoide* sau între *sufixe* și *sufixoide*, însă diferența dintre aceste elemente nu are consecințe asupra modului de scriere, deoarece derivatele și cuvintele formate cu elemente de compunere (*prefixoide*, *sufixoide*) se scriu în același mod. Așadar, derivatele se scriu într-un cuvânt. De asemenea, formațiile cu elemente de compunere/prefixoide, sufixoide se scriu într-un cuvânt.

Un party outdoor, un *outfit* adecvat, achiziționat, poate, dintr-un *outlet*, și o să te simți, vorba ceea, ca peștele-n apă, chiar sub soarele arzător, și nu ca un *outsider*. *Outdoor* este element în DOOM₃; adjectiv invariabil; adverb; *evenimente outdoor*, dar și *a se desfășura outdoor*. Poate românescul *afară* să-l înlocuiască? Parțial, am spune. *În aer liber*? Considerăm că, cel puțin în anumite combinații, englezescul este mai potrivit: *echipament outdoor*, *articole outdoor*, *magazin outdoor*, *outdoor shopping*.

Găsim în DOOM_{2,3}, dar și în DEX, 2009, cuvântul *babyschi*. Lexemul este destul de snob, ciudat chiar din pricina grafiei care pune laolaltă un element fidel grafic limbii engleze și un element adaptat limbii române (provenit din franceză). Desigur, nu este nimic nou, dar, dacă tot aplicăm principiul noutății discursive din publicitate, de ce nu am merge cu noul până la capăt, folosind *baby(-)ski*, formă care și apare în multe reclame. Un exemplu: „*Baby-ski* pe părțile de pe Valea Prahovei. Cum învață copiii să schieze la vârsta de doar 2-3 ani” (stirileprotv.ro). *Mergem la schi, pârtie de schi*, iar nu (de) **ski*, dar: *ski-jet* (engl.) [j pron. ģ] s. n., pl. *ski-jeturi*; *ski-pass* (engl.) s. n., pl. *ski-passuri* (v. DOOM₃). Prin urmare, varianta *baby-ski* ni se pare cea mai potrivită, în acord cu ceea ce mai există integrat deja în limbă.

Ne-a atras, de asemenea, atenția un alt element mai vechi: *apreschi* (desp. *a-pres-chi/-pre-schi*) s.n., pl. *apreschiuri*. Apare în DOOM_{2,3}, DEX, MDN, în ultimul dicționar fiind explicat astfel: „*gheată* călduroasă de iarnă care se încălță *după* schiat [subl. n. E.C.]”. Este nevoie de o redefinire a cuvântului, iar DOOM-ul, fiind dicționarul cel mai recent, ar fi trebuit să includă definiții complete, conforme cu realitățile pe care le putem observa ușor. Așadar, vorbim astăzi (și) de un alt tip de *după*: relaxarea de după. Astfel, analizând contextele și desprinzând sensul din context, se poate concluziona că avem de-a face cu un cuvânt care și-a lărgit sensul, referentul fiind nu doar un obiect, ci un întreg concept modern, actual, turistic, ce acoperă tot felul de activități recreative, de destindere, pe care le putem face *după* schi sau chiar locul unde ne putem relaxa. Interesant e că, în această situație, grafia este, de regulă, ca în limba de origine: „După schi, cabanele tradiționale vă invită la *Après-Ski*.” (<https://italia.directbooking.ro/>); „Ca specialitate regională de *après-ski* este băutura caldă «Bombardino», care a fost inventată acum 40 de ani în Tea del Vidal – Barul de *Après-Ski* nr. 1 din Livigno!” (ibidem); „Ischgl este renumită ca stațiune exemplară în ceea ce privește *Après-Ski*-ul. Numeroase cabane vă invită să ciocniți un pahar pentru o zi minunată la schi. Punct culminat al distracției este petrecerea de *Après-Schi*” (<https://austria.directbooking.ro/>); „După o zi activă pe pârtie, te poți relaxa la cel mai bun *après-ski* care se află pe ruta Azzur din Folgarida.” (www.skifun.eu); „Cea de-a treia noutate este despre stația de telecabine Belvedere 2 de la Malghet Aut, care

funcționează din această iarnă chiar seara. Aceasta vă duce la *après-ski*-ul de la altitudinea de 1860 de m, unde puteți avea parte de o cină romantică.” (ibidem); „*Apreschi* – activități de agrement” (www.residenceambient.ro/); „Paradisul schiorilor din Europa. Stațiunea dispune de un centru spa, restaurante și baruri ofertante. Pentru schiori există *apreschiuri* moderne: Saalas, Pandora etc., unde serviciile sunt la cele mai înalte standarde.” (<https://www.booking.com/>).

Ultimul cuvânt din cea de-a doua secțiune este *outsider*, pl. *outsideri* s.m. *Outsiderul* poate fi un rebel sau un observator, un neimplicat, un obiectiv ori un neintegrat, neadaptat. Multe sensuri! Așadar, contextul este crucial: „Montesquieu s-a bucurat, după apariția Scrisorilor, de recunoaștere și ușile saloanelor vremii i s-au deschis larg, lumea mondenă fiind cucerită de verva personajelor sale. Discută despre tot și despre toate, așa cum numai niște *outsideri* pot uneori să facă.” (dilemaveche.ro). Din nou, pe lângă recomandările formale pentru astfel de cuvinte, cu nuanțe noi în discursul de astăzi, comparativ cu edițiile DEX¹ sau MDA, DOOM-ul ar trebui să includă explicații succinte sau măcar un context relevant pentru cuvintele care circulă frecvent în româna actuală.

Concluzii

1. Nu putem pune semnul egal între anglicisme/englezisme și un element distructiv, care afectează evoluția limbii. Englezismele sunt asemenea franțuzismelor, care par a fi mai ușor de acceptat. Mai mult, sunt privite în multe contexte drept model străin benefic. Ce punem în balanță: bontonul și... engleza – devenită cod lingvistic internațional? Ne este ușor să spunem *aperitiv* (< fr. *apéritif*) și respingem *cocktailul*? În cazul lexemului *cocktail*, sursa este dublă: engl. și fr., iar varianta adaptată există: *cocteil*, pl. *cocteiluri*. *Tendință*, iar nu *trend*? Aceeași chestiune: niciunul dintre cele două nu este element „românesc”.

2. Găsim în DOOM₃ cuvinte străine de diverse origini, folosite astăzi în enunțuri românești. DOOM₃ nu înseamnă doar elemente noi din engleză. DOOM₃ înregistrează și propune variante corecte de scriere și de pronunțare, descriind comportamentul gramatical al cuvintelor noi și/sau problematice. Multe dintre aceste cuvinte descriu realități noi, îmbogățesc limba cu sinonime și au adesea avantajul conciziei. Mai mult, o mare parte dintre cuvinte apar și în DOOM₂ sau în DEX; faptul că este sunt consemnate în DOOM₃ reprezintă o necesitate: urmărim comportamentul formal al unor lexeme pe axa timpului, putând face previziuni: trecut – prezent – viitor.

3. Limba pe care o vorbim este, fără doar și poate, oglinda realității existente la un moment dat. O serie de cuvinte din DOOM₃ apar și în Îndreptar, ceea ce arată că vorbim de elemente din vocabularul curent, activ.

4. Putem să acceptăm măcar anumite elemente noi? Sigur că da: vorbim de elemente nou introduse în dicționar (ele reprezentând, în timp, *memoria*); încercăm să

¹ *Outsider* este definit astfel: „1. Întreprindere dintr-o anumită ramură a economiei, care nu face parte din monopolul sau monopolurile dominante din ramura respectivă. 2. Concurant sau echipă cu slabe șanse de câștig într-o competiție sportivă. 3. Cal care nu este favorit într-un concurs hipic.”

înțelegem demersurile lingviștilor de a integra ordonat elemente care oricum circulă; DOOM-ul este un argument în favoarea existenței unui sistem ordonat, în care există precedent și previzibilitate. Reținem faptul că DOOM-ul recomandă, propune, fiind *descrierea* limbii existente la un moment dat, nu este un instrument etern util și valabil pentru orice moment din evoluția limbii.

Referințe bibliografice

- DAR = Gh. Bulgăr și Gh. Constantinescu-Dobridor. 2002. *Dicționar de arhaisme și regionalisme*. București: Editura Saeculum Vizual.
- DEXI = Eugenia Dima (coord.). 2007. *Dicționarul explicativ ilustrat al limbii române*. Editura Gunivas & Arc.
- dexonline.ro.
- DGS = Doina Cobeț, Laura Manea. 2013. *Dicționar general de sinonime al limbii române*. Gunivas.
- dictionary.cambridge.org.
- DOOM_{2,3} = ***. 2005; 2021. *Dicționarul ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române*. Ediția a II-a; ediția a III-a. București: Editura Univers Enciclopedic.
- Îndreptar = ***. 2024. *Îndreptarul ortografic, ortoepic, morfologic și de punctuație*. Ediția a 6-a. București: Editura Univers Enciclopedic Gold.
- MDA₂ = ***. 2010. *Micul dicționar academic*. Ediția a II-a. București: Editura Univers Enciclopedic.
- MDN = Florin Marcu. 2000. *Marele dicționar de neologisme*. Editura Saeculum.
- Scriban = August Scriban. 1939. *Dicționarul limbii românești*. Institutu de Arte Grafice „Presa Bună”.
vivatropolis.com/papers/Donath/IdentityDeception/IdentityDeception.pdf.

Izvoare

apkgk.com.
 asociatiaveganilor.ro.
 austria.directbooking.ro.
 baboon.ro.
 bliss-deco.ru.
 blogosfera.md.
 booking.com.
 bucurenci.ro.
 businessdays.ro.
 catavencii.ro.
 cotidianul.ro.
 csik.sapientia.ro.
 digi24.ro.
 dudur.net.
 hub7.ro.
 ioangyuripascu.wordpress.com.
 italia.directbooking.ro.
 jurnaldecafea.wordpress.com.
 jurnaldedigitalmarketing.com.
 jurnalul.ro.
 mediacritica.md.
 mindshub.ro.
 neacsu.org.
 residenceambient.ro.
 skifun.eu.

smiley1991.wordpress.com.
startupcafe.ro.
viatadeblogger.ro.