

Anglicisme recente în domeniul modei

Voica Radu-Călugăru*

DOI 10.56177/jhss.1.15.2024.art.5

Recent Anglicisms in Fashion

Abstract:

The constant penetration of anglicisms in the vocabulary of the Romanian language in all fields of activity is a characteristic of the current dynamics of the lexicon. The fashion field excels in this regard and faces an accentuated dynamic generated by a series of factors: the opening of the field itself to the new, the lexicon with an international character, the activity of influencers, bloggers, content fashion designers who use a language that abounds in lexical elements borrowed from English. In this article, we aim to point out the presence of recent Anglicisms in the field of fashion, frequently used in specialty publications, in the virtual space by influencers, but also by the ordinary consumer and speaker who consults different clothing sites and is confronted with new lexical structures, from English, mostly not recorded by the academic dictionaries of the Romanian language.

Keywords: lexicon dynamics, Anglicisms, linguistic globalization, Romanian vocabulary, fashion language

Anglicismele din domeniul modei reprezintă o sursă constantă de înnoire lexicală a limbii române actuale prin însăși esența domeniului, care presupune schimbare, noutate și creativitate. Studiile și lucrările de specialitate din domeniul lingvisticii, care s-au aplecat asupra studierii fenomenului încă de la începutul anglicizării limbajului modei în peisajul românesc, sunt numeroase și se axează pe diferite aspecte: fie inventariază împrumuturile recente, incluzându-le în categoria celor *de lux* sau *necesare*, fie urmăresc chestiuni legate de adaptare fonetică, ortografică sau morfologică, ori diferite valori stilistice ale acestora, în special la nivelul textului publicistic.

Dintre studiile care sistematizează anglicismele din domeniul modei, oferind reperele teoretice necesare analizei acestei categorii de împrumuturi, amintim lucrările Adrianei Stoicitoiu Ichim, *Din nou despre anglicisme „la modă” în limbajul modei* (în Pană Dindelegan, Gabriela (ed.), *Limba română: dinamica limbii, dinamica interpretării*, București, Editura Universității din București, 2008, p. 681-692) și

* Associate Professor PhD, “Aurel Vlaicu” University, Arad, voicaradu@yahoo.com

Anglofilie și anglomanie în discursul referitor la vestimentație (în Ionescu Ruxăndoiu, Liliana; Constantinescu, Mihaela Viorica; Stoica, Gabriela (eds.), *Limbaj–discurs–stil. Omagiu Mariei Cvasnîi Cătănescu*, București, Editura Universității din București, 2017, p. 356-371) în care autoarea conturează așa-numita *romgleză* a modei, care stă sub egida anglomaniei și anglofiliei evidențiate semnificativ în acest domeniu.

Analiza corpusului anglicismelor selectate din DOOM² ne permite să observăm că anglicismele din domeniul modei înregistrate în dicționar nu sunt numeroase¹. Inventarul anglicismelor înregistrate în DOOM² cuprinde următoarele elemente lexicale cu referire la modă sau din domeniul modei:

bluejeans (angl.) [pron. engl. *bluginz*/rom. *blugins*] (*blue-jeans*) s. m. pl.
dandy (angl.) [pron. *dendi*] s. m., art. *dandy-ul*; pl. *dandy*, art. *dandy-i*

*hippy*₁ (angl.) adj. invar.

high-tech (angl.) [pron. *haitec*] s. n.

make-up (angl.) [pron. *meicap*] s. n., art. *make-upul*; pl. *make-upuri*

modelling (angl.) s. n., , art. *modellul*

Modern Style (angl.) [yle pron. *ail*] s. n., art. *Modern Style-ul*

sexy adj. invar.

!shetland (angl.) [pron. *șetlând*] (*shet-land*) s. n.

!spray (angl.) [pron. *sprei*] s. n., art. *spray-ul*; pl. *spray-uri*

topless (angl.) adj. invar.

**top-model* s. n., pl. *top-modele*

T-shirt (angl.) [pron. *țișărt*] s. n., pl. *T-shirturi*

!tweed (angl.) [pron. *tuîd*] s. n., (sorturi) pl. *tweeduri*

Numărul total de anglicisme (adică de împrumuturi din limba engleză, neadaptate la sistemul fonetic și morfologic al limbii române) din DOOM² este de 526 cuvinte-titlu (leme). La această cifră pot fi adăugate și cele peste 100 de cuvinte de proveniență engleză (și americană) adaptate la sistemul fonetic și morfologic al românei (Radu, 2013: 105).

Dintre cele 526 de cuvinte înregistrate în DOOM², 170, deci 32,31%, sunt anglicisme de proveniență latino-romanică. Acest procent poate crește, dar nu deosebit de semnificativ, prin includerea împrumuturilor de acest tip, adaptate deja limbii române (Radu, 2013: 106).

Din prezentarea *Dicționarului ortografic, ortoepic și de punctuație*, ediția a 3-a, 2021, reținem că „nu s-au eliminat, de regulă, cuvinte din DOOM²” (*Ce s-a păstrat în DOOM³ din DOOM²* de pe https://doom.lingv.ro/ce_s-a_pastrat_din_doom2), că „în DOOM³ sunt

¹ Vezi *Inventarul anglicismelor înregistrate în DOOM²*, în Voica Radu, *Limba engleză și globalizarea. Realități românești și romanice*, Editura Mirton, Timișoara, 2009.

peste 3.600 de articole noi, marcate prin semnul + înaintea intrării de dicționar” și că „în ceea ce privește cuvintele străine de diverse origini folosite actualmente în enunțuri românești, s-au adăugat mai ales elemente din engleză, care sunt utilizate tot mai frecvent, inclusiv în vorbirea curentă, chiar dacă unele au corespondente în limba română (...). Dincolo de modă și de imitația facilă, multe dintre acestea denumesc realități noi, îmbogățesc limba cu sinonime și au adesea și avantajul conciziei și al univocității.” (*Ce e nou în DOOM*³ de pe https://doom.lingv.ro/ce_e_nou_in_doom3).

Domeniul modei ilustrează evoluția societății, presupune o legătură intimă între individ și modul în care acesta se percepe pe sine sau se raportează la exterior. În același timp, moda este conectată cu diferite contexte exterioare individului și influențată de factorii economici, politici, de ierarhiile sociale. Dinamica acestei paradigme se reflectă la nivelul lexicului. O istorie a modei revelează o serie de concepte și reprezentări ale umanității despre sine însăși, ce sunt transpuse într-o serie de elemente lexicale care au referenți cu caracter denominativ.

Creată cu scopul de a oferi omului de rând posibilitatea de a avea acces la replici ale produselor vestimentare destinate celor bogați și puternici, industria de modă a reprezentat un punct de cotitură în evoluția acestui domeniu. Ținutele vestimentare personalizate, executate în mici ateliere vor fi înlocuite cu produse de *fashion industry*. După 1850, apar diferite concepte, stiluri, viziuni în modă, aparținând fie unor case celebre de modă, fie anumitor creatori de modă care duc moda în zona artei. Aceste momente semnificative din istoria modei de la sfârșitul secolului 19 și începutul secolului 20 sunt acompaniate de prezența unor elemente lexicale care se impun odată cu orientarea, stilul casei de modă sau articolul vestimentar: rochiile *bomb* (1854, Louis Vuitton, prima casă de modă); 1900, apariția așa-numitului *Modern Style*; modelul de *classic bag*-uri de piele (1909, apare a doua casă de modă foarte cunoscută, *Coco Chanel*); prima haină *sporty* și renumitele *shoe hats* (1928, Elsa Schiapelli); revivifierea stilului *classic-elegance* (1930-1940, Nina Ricci), *street style*, rochii *balloon hems* (1940-1950, Cristobal Balenciaga), *bar jacket* (creație Christian Dior, 1940-1950, perioadă de criză și de război când scade interesul pentru modă); 1950-1965: apare Pierre Cardin cu noul *cloak*; *silk dress* – Hubert Givenchy; colecțiile *runaway* (*Coco Chanel*); Yves Saint Laurent creează *skirt hem*, iar Pacco Rabanne *hauberk dress*; 1965-1970: primul *birou de stil* numit *Promostyl*; *minijupa* (Mary Quant), definirea stilului *moon girl* (Couregges), rochia *trapeze* (Yves Saint Laurent); promovarea unei singure tipologii feminine: adolescenta *independent, rebellious and sexy*; *sexy underwear* (Chantal Thomass – moda lenjeriei la vedere); 1970-1980: stilul *science fiction* în combinație cu *glamour sexy* (Thierry Mugler); parfumuri și obiecte vestimentare *female* (Valentino); stilul

masculine-feminine (Yves Saint Laurent); simplificarea stilului: *low top-uri* (Versace și Cerutti); producerea celebrelor *lingerie sets* (Calvin Klein și Ralf Laurent); 1980-1990: promovarea senzualității în modă, de asemenea, *minimalist vision*, conceperea *presentation catalogs*; 1990-2000: desființarea tabuurilor și încălcarea regulilor, excese de tot soiul, menite să incite publicul la sublinierea și descoperirea propriei personalități, la găsirea stilului propriu; spectacole de modă extravagante (McQueen); stilul *transparent clothes* (renunțarea la complexe)².

Domeniul modei este rafinat prin excelență în chestiunea limbajului, întrucât îmbină lexicul specializat al expertului în domeniu (lucrări, reviste de specialitate, cronică de modă), cu limbajul actual al *influencerilor*, *bloggerilor* și *vloggerilor*, mai mult sau mai puțin avizați, și cu cel al vorbitorului obișnuit, consumator de modă. Nu în ultimul rând, *site-urile* diferitelor *branduri*, *mallurile* și *hipermarketurile* care se adresează publicului larg apelează la elemente lexicale de origine engleză pentru a-și promova produsele. Astfel, pentru a găsi perechea de *blugi* sau de pantaloni dorită, orice posibil cumpărător trebuie să aleagă între variantele care au următoarele caracteristici: *bootcut*, *low/high/mid waist*, *wide leg/super wide leg*, *loose straight*, *baggy fit*, *standard length*, *full length*, *slim*, *straight*, *skinny shaping*, *jeggings*, *soft touch*, deci se presupune că orice client are acces la informația conținută de cuvintele în limba engleză, fără a i se pune la dispoziție echivalentele în limba română.³

Analiza unui articol destinat doamnelor aflate în căutarea stilului potrivit fiecărei vârste, scris cu scopul de a lămuri care sunt caracteristicile și avantajele *blugilor bootcut* ne indică asocierea descrierii obiectului vestimentar cu încă trei anglicisme din domeniul modei (*cross-body*, *half tuck* și *tweed*):

Ce sunt blugii bootcut?

Sunt acei blugi cambrați pe șolduri și pe coapse, care se evazează de la genunchi în jos, dar nu exagerat, ci atât cât să acopere încălțăminte. De aceea se și numesc bootcut (boots înseamnă ghete). [...] Am completat ținuta cu o cămașă albă purtată pe deasupra și un sacou de tweed.

Am purtat cămașa în două moduri, fie liberă peste blugi, fie cu una din părți introdusă în betelie. Acest mod de a purta cămășile se numește half tuck și se folosește pentru a marca linia taliei. [...]

Am completat ținuta cu o geantă cross-body și un colier lung în formă de lanț.⁴

² Pentru mai multe detalii despre istoria modei, vezi Doina Berchină, *Moda pe înțelesul tuturor*, Editura Paideia, București, 1999.

³ Exemplele nu sunt date cu indicația contextului din care au fost extrase, întrucât *site-ul* oricărui *brand* de *blugi*, respectiv orice magazin de firmă care comercializează *blugi* își prezintă produsele utilizând structurile lexicale evidențiate.

⁴ *Maxine over 50. It's never too late to discover your style!* de pe <https://www.maxineover50.com/ce-sunt-blugii-bootcut-si-cum-sa-i-porti-cu-stil/> (accesat în 22.03.24)

Elementele lexicale împrumutate din limba engleză în domeniul modei pot fi grupate, ca orice anglicisme sau americanisme, în categoria *împrumuturilor necesare* (împrumuturi care nu au echivalent în limba română), respectiv a *împrumuturilor de lux* (împrumuturi care au echivalent în limba română)⁵. Având în vedere aria largă de acoperire a anglicismelor selectate din domeniul modei, acestea pot fi sistematizate după cum urmează: articole vestimentare, stiluri vestimentare, titluri de reviste, publicații, *bloguri*, materiale sau țesături, croiala sau linia obiectului vestimentar, profesii în domeniul modei.⁶

Gruparea diversității de articole vestimentare ne aduce în atenție anglicisme frecvent folosite tocmai pentru delimitarea acestor categorii: îmbrăcăminte de zi cu zi (*casual outfit*), îmbrăcăminte de petrecere/pentru evenimente (*party outfits/partywear/uncasual*), îmbrăcăminte pentru birou (*office outfit/business formal/business casual/smart casual*), îmbrăcăminte de lucru (*workwear*), îmbrăcăminte sport (*sportswear*), îmbrăcăminte *outdoor*. La acestea, se adaugă încălțăminte și accesoriile. Selectăm câteva exemple pentru fiecare categorie:

- îmbrăcăminte *casual*: blugi *lift, flared jeans, low-rise boyfriend jeans, ripped jeans*, bluză *fluffy*, bluză *V-neck*, bluză *tie neck*, fustă *pencil, flowy dress, Pdot skirt, dirndl skirt*, jachetă *teddy*, jachetă de pluș *cropped*, pantaloni *cargo*, pantaloni *tailored look*, pantaloni *straight leg*, vestă *natural fur* ;

- îmbrăcăminte pentru evenimente: *bodysuit*, rochie de ocazie *baby doll*, rochie elegantă tip *A-line*, rochie *bodycon, V-neck slip dress*, rochie *red bow*, rochie *bomb*, rochie *summer, mini-shift dress, open-back dress*, bluză dantelă *Pearl, cloak, cut-out top*;

- îmbrăcăminte sport este prezentată pe *site*-urile *brandurilor* specializate pe categoriile: *cardio training, aerobic, biking/cycling, body attack/combat, step* și cuprinde numeroase anglicisme: geacă *trekking*, jachetă navigație *offshore*, geacă *ski snowboard*, geacă de tură *mountain touring*, geacă *softshell*, geacă *trekking softshell*, bluză *utility sweatshirt*;

- pantofi: *skimmers, sling-backs, peep toes, Mary Janes, T-bar, mules, pantofii Oxford, loafers*⁷, toc *kitten heel* (de 5-6 cm)⁸, sandale *biscuit; workshoes, workboot*;

⁵ Pentru mai multe detalii privitoare la sistematizarea *împrumuturilor de lux*, vezi Adriana Stoichițoiu Ichim, 2017: 369.

⁶ Adriana Stoichițoiu Ichim (2017: 363-367) identifică anumite caracteristici ale anglicismelor din domeniul modei operând cu o gamă variată de criterii.

⁷ O parte dintre exemple au fost selectate de pe <https://tvhappy.ro/beauty/dictionar-de-pantofi-denumirea-modelelor-de-pantofi-431036.html> (site *Antena happy*, accesat în 13.03.2024), articol care cuprinde și explicații pentru fiecare model de pantofi.

- pantofii sport, care sunt prezentați, de obicei, cu trei variante, *jogging*, *lifestyle* și *sport*, conțin o gamă foarte variată: teniși *platform lift*, *skechers* (întâlnit cu forma de pl. *skecherși*) *skechers slip-on*, pantofi *low-cut*, *sneaker* (întâlnit cu forma de pl. *sneakerși*), bocanci *trekking*, încălțăminte *fitness cardio*;

- accesorii: *clutch*, geantă *weekender*, *denim hobo bag*; *choker*, *scrunchies*, *jewellery*, *bubble earrings*, *cocktail ring*, *signet ring*, *pandant necklace*, *chunky scarf*, *bulky scarf*;

- stiluri vestimentare/coduri vestimentare: *casual*, *sport*, *hipster*⁹, *heritage*, *boho chic*, *black tie*, *white tie*, *modern style*, *streetwear style*¹⁰;

- titluri de reviste: „Cosmopolitan”, „One”, „Vanity Fair”, „In Style”, „Click!”, „Body”, „Mom”, „Diva hair”, „Cool girl”;¹¹ „Styleguide”, „Brasty”, „Glamour”, „Bravo girl”, „eGirl”, „Girl Boss”.

În ultimii ani, revistele de modă au pierdut teren în fața *influencerilor*, *bloggerilor* și *vloggerilor* de modă. Analiza diveselor *blogguri*, a mesajului *influencerilor* de modă și a *vloggerilor* îi surprinde pe aceștia cu rolul de „creator de conținut” în lumea modei, „creatorul de conținut” reprezentând profesia momentului. Sintagma „creator de conținut” este un calc lingvistic după modelul englezesc *content creator*. Cele două structuri, *content creator* și „creator de conținut” circulă în spațiul virtual de limbă română în paralel¹² și prezintă nuanțări față de statutul de *influencer* sau de *blogger*. De pe *site-ul Portal Manager*, aflăm că „creatorul de conținut este profesionistul care se dedică producerii de conținut pe Internet, fie în format text, video, imagine sau audio” și că între *creator de conținut*, *influencer*, *blogger* și *youtuber* există, totuși, o diferență: *influencer digital* este cineva care are un profil

⁸ „Un toc de înălțime medie (8-10cm) este mai versatil decât un toc exagerat de înalt (peste 11 cm) sau un *kitten heel* (5-6 cm)” de pe <https://www.stylediary.ro/wordpress/2015/06/18/incaltamintea-bej-nud-sau-50-shades-of/> (accesat în 13.03.2024)

⁹ Pentru *hipster* ca mod de viață, limbaj și atitudine, vezi Voica Radu, *Subculture versus Macro Culture: Hipster Language in Journal of Humanistic and Social Studies*, Volume VI, No. 2 (12)/2015, pp. 61-66, ISSN 2067-6557, ISSN-L 2247/2371, paper presented at the International Symposium “Research and Education in Innovation Era”, section: Linguistics, “Aurel Vlaicu” University of Arad, 5-7th of November 2014.

¹⁰ *Moda pe înțelesul tuturor: 21 de termeni din industria fashion explicați* <https://fashionhouse.ro/blog/moda-pe-intelesul-tuturor-21-de-termeni-din-industria-fashion-explicati/> (accesat în 1.03.2024)

¹¹ Revistele din lumea modei sunt pe categorii. Din fiecare categorie (de lux sau *glossy*, de masă sau populare, de mijloc, de nișă, în format mic sau *pocket*) am selectat câteva exemple.

¹² Pe *LinkedIn*, găsim oferte de locuri de muncă, pe poziția de *content creator* în România, cu diferite specializări: *social media content creator*, *social media and influece professional*, *social media producers*, *casino social media producer*, *tehnicat content creator*.

(<https://www.linkedin.com/jobs/content-creator-jobs/?currentJobId=3906485289&originalSubdomain=ro> accesat în 1.04.2024)

activ pe cel puțin o rețea socială, de asemenea, este cel care poate influența decizia consumatorului. Vedetele sunt *influenceri* care nu produc conținut. *Micro-influencerul* joacă același rol ca *influencerul*, dar pe un spectru mai mic. Un *creator de conținut* trebuie să ofere ceva adeptilor săi, nu doar să influențeze. *Creatorul de conținut* folosește profilul său *online* pentru a adăuga o anumită valoare la ceea ce oferă adeptilor săi, chiar și în cazurile în care nu există un *brand* pe care îl promovează: *bloggeri* care oferă sfaturi de călătorie, *instagrameri* care informează publicul despre un anumit domeniu de activitate sau *youtuberi* care vorbesc despre diferite subiecte, cu scopul de a educa.¹³

Revenind strict la domeniul modei, constatăm oferta generoasă și diversificată a *creatorilor de conținut* care se axează pe diferite teme: tendințe actuale, stiluri vestimentare, încălțăminte la modă, ținute *office*, sfaturi pentru persoanele supraponderale etc. Limbajul *creatorilor de conținut* din lumea modei abundă în cuvinte, expresii, sintagme preluate din limba engleză. Ilustrăm această caracteristică a limbajului în *social media* prin câteva exemple:

- Iulia Andrei *Fashion Blog*: formulează întrebări cărora le și dă răspunsuri: Care sunt cei mai *cool blugi* ai acestui an?; Care este cel mai purtat *trend* de către *fashion lovers*?; Ce este *new* în *trendul* accesoriilor?; Iulia Andrei vorbește despre *flared jeans*, care pot fi purtați atât într-o ținută *casual*, prin adăugarea unui *T-shirt basic*, cât și într-o ținută elegantă, asortați cu o pereche de *heeled sandals* și un *top* din *silk*. Articolele *must have* din acest an sunt acele rochii vaporoză de vară pe care le numește *airy dresses*, purtate în combinație cu un *knitted sweater* și clasicele cizme *cowboy*. Alte teme abordate de aceasta sunt: *Oversized shoulders*, *Chunky sneakers*, *Festival looks*, *Sparkles looks* etc. (<https://www.iulia-andrei.ro/fashion/> și <https://www.iulia-andrei.ro/category/sfaturi-moda-tendinte/moda-femei/>).

- Ioana Dumitrache a creat un *blog* în care prezintă noile tendințe în de impuse stil, utilizând anglicisme preluate din limbajul modei de la casele de modă celebre, fără a explica semnificația termenilor. Abordează tema *overweight*, lansând moto-ul „Stilul nu are mărime” și prezintă piese vestimentare recomandate pentru persoanele supraponderale: rochiile *fluffy*, sandalele *biscuit*, salopeta *smoching*. *Lookul office* se compune din *pencil skirt* și *blazer*. *Stilulul crazy* este descris prin îmbinarea hainelor *oversize* asortate cu o pereche de *super high heels*. De asemenea, persoanele care au problema *overweight* sunt încurajate de *bloggeriță* să apeleze la pantalonii *bootcut*, *straight-leg*, sau *tailored look* pentru efectul de *thinning*. Pentru weekend, aceasta ne

¹³ *Ce face un creator de conținut și de ce este aceasta profesia momentului?* De pe <https://www.portalmanagement.ro/ce-face-un-creator-de-continut-si-de-ce-este-aceasta-profesia-momentului/> (accesat în 25.02.2024)

prezintă *stilul relaxed* care conține o *light jacket* sau un *cardigan*, *sweaters* și o pereche de *bright color pants*. Ioana explică în *blogul* său aceste stiluri. Singurul indiciu pentru cel care urmărește *blogul* acesteia îl reprezintă fotografiile care ilustrează fiecare stil în parte. Deducem din selecția făcută de Ioana Dumitrache că *stilul crazy* este o ținută care afișează o neglijență studiată (<https://idufashion.ro/>).

- Actrița Dana Rogoz este și *influencer* de modă; ne prezintă o colecție-capsulă în ediție limitată a brandului *Mango*, în *bohemian style*, stil sau expresie artistică care abdică de la regulile convenționale, apelând la anumite articole vestimentare: *summer breeze dress*, *flowy dress*, *whimsical dress*, *tribal patterns*, *mix-art clothes*. Dana Rogoz oferă și detalii despre noile ținute *spring-summer collection* semnate de *Mango*, compuse din rochii cu guler *halter*, cămăși *heart cleavage*, *bow blouse*, *contrast jumpsuit*, *cotton dress with knot*, *polka dot skirt*, *babydoll dress*, *ballerina flats*, *bulky scarfs*, *spaghetti top*, *wide tops*, *trapezoid skirt* (<https://www.danarogoz.com/> și <https://shop.mango.com/ro/femei/>).

Exemplele sunt numeroase, avem în față un fenomen în plină desfășurare care depășește granițele modei, trecând într-o zonă care îmbină aspectele de limbaj cu cele sociale, culturale și economice cu impact asupra individului și societății. Dincolo de fenomenul de *globalizare* în general, respectiv de *internaționalizare* a limbajului modei, în particular, urmărim o articulare a individului și societății într-o formulă uniformizantă căreia nu i se poate sustrage nimeni: vorbitorul, indiferent de categoria socială sau profesională căreia i se subscrie, nu se poate opune impactului pe care îl au aceste unități lexicale împrumutate din limba engleză atât asupra limbajului său, cât și asupra *patternurilor* de gândire sau stereotipiilor comportamentale care îl definesc. În ceea ce privește consumatorul de modă, de la cel elevat, instruit, tipul *dandy*-ului, până la tipul *fashionistei* cu mai mult sau mai puțin discernământ în alegerea pieselor vestimentare sau în crearea unui stil propriu, funcționează o dublă definire, care se insinuează implicit: prin *limbaj* și prin *modă*.

REFERINȚE:

- Berchină, Doina, *Moda pe înțelesul tuturor*, Editura Paideia, București, 1999.
 Radu, Voica, *Subculture versus Macro Culture: Hipster Language*, în „Journal of Humanistic and Social Studies”, Volume VI, No. 2 (12)/2015, p. 61-66.
 Radu, Voica, *Limba română și globalizarea lingvistică*, București, Editura Palimpsest, 2013.
 Radu, Voica, *Limba engleză și globalizarea. Realități românești și romanice*, Timișoara, Editura Mirton, Amphora, 2009.

Stoichițoiu Ichim, Adriana, *Globalization through English in Romanian PostCommunist Media*, în „Analele Universității din București. Limba și Literatura Română”, LIII, 2004, p. 3-18.

Stoichițoiu Ichim, Adriana, *Aspecte ale influenței engleze în româna actuală*, București, Editura Universității, 2006.

Stoichițoiu Ichim, Adriana, *Observații privind grafia anglicismelor în româna actuală*, în Sala, Marius (ed.), *Studii de gramatică și de formare a cuvintelor*, București, Editura Academiei Române, 2006, p. 381-410.

Stoichițoiu Ichim, Adriana, *Anglicisme «la modă» în limbajul modei*, în Pană Dindelegan, Gabriela (ed.), *Limba română – stadiul actual al cercetării*, București, Editura Universității din București, 2007, p. 581-598.

Stoichițoiu Ichim, Adriana, *Din nou despre anglicisme «la modă» în limbajul modei*, în Pană Dindelegan, Gabriela (ed.), *Limba română: dinamica limbii, dinamica interpretării*, București, Editura Universității, 2008, p. 681-692.

Stoichițoiu Ichim, Adriana, *Anglofilie și anglomanie în discursul referitor la vestimentație*, în Ionescu Ruxândoiu, Liliana; Constantinescu, Mihaela Viorica; Stoica, Gabriela (eds.), *Limba – discurs – stil. Omagiu Mariei Cvasnii Cătănescu*, București, Editura Universității din București, 2017, p. 356-371.

Stoichițoiu Ichim, Adriana, *Anglicisme recente în terminologia ocupațională din română și franceză*, în Mârzea Vasile, Carmen; Nedelcu, Isabela; Naidinoia Tăbăcitu Mădălina (eds.), *Româna în context romanic*, București, Editura Universității din București, 2020, p. 327-334.

Zafiu, R., *Limbaul chic*, în „România literară”, nr.18, 2009.

Dicționare:

Dicționarul ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române, ediția a II-a revăzută și adăugită, Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan – Al. Rosetti”, Univers Enciclopedic, București, 2005.

Dicționarul ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române, ediția a III-a revăzută și adăugită, Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan – Al. Rosetti”, Univers Enciclopedic, București, 2021.

Dicționarul explicativ al limbii române, ediția a III-a revăzută și adăugită, Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan – Al. Rosetti”, Univers Enciclopedic, București, 2016.

Marcu, Florin, *Marele dicționar de neologisme*, Editura Saeculum Vizual, București, 2007.

Surse on-line:

https://doom.lingv.ro/ce_s-a_pastrat_din_doom2

https://doom.lingv.ro/ce_e_nou_in_doom3

<https://www.maxineover50.com/ce-sunt-blugii-bootcut-si-cum-sa-i-porti-cu-stil/>

<https://tvhappy.ro/beauty/dictionar-de-pantofi-denumirea-modelelor-de-pantofi-431036.html>

<https://www.stylediary.ro/wordpress/2015/06/18/incaltamintea-bej-nud-sau-50-shades-of/>

<https://fashionhouse.ro/blog/moda-pe-intelesul-tuturor-21-de-termeni-din-industria-fashion-explicati/>

<https://www.linkedin.com/jobs/content-creatorjobs/?currentJobId=3906485289&originalSubdomain=ro>

<https://www.iulia-andrei.ro/fashion/>

<https://idufashion.ro/>
<https://www.danarogoz.com/>
<https://shop.mango.com/ro/femei/>

JESS