

CZU:811.135.1'373.45

[https://doi.org/10.52505/1857-4300.2024.1\(322\).05](https://doi.org/10.52505/1857-4300.2024.1(322).05)

## Inovații lexicale de origine engleză ultrarecente (I)

Livia CARUNTU-CARAMAN

Doctor în filologie

E-mail: [livia.caruntu.caraman@sti.usm.md](mailto:livia.caruntu.caraman@sti.usm.md)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6829-6440>

Institutul de Filologie Română „Bogdan Petriceicu-Hasdeu” al USM (Chișinău)

## Ultra-recent Lexical Innovations of English Origin (I)

### Abstract

Lexical innovations represent a dynamic, extensive and universal phenomenon that reflects the progress of society and the creativity of the language. Since social innovations are interdependent with lexical innovations, specialists should be aware of the inevitable explosion of renewals at the linguistic level. Knowing the inventory of neologisms, in certain periods, contributes to a better understanding of the lexical system of a given language and its evolution.

In the present article we record a series of Anglicisms that have recently entered the language of the current mass media, which reflect the recent state of the dynamics of the Romanian language. We provide them with an adequate primary lexicographical treatment, namely fixing, establishing a correct way of spelling and pronouncing, placing them in certain lexical, grammatical and semantic classes, defining, integrating them into contexts appropriate to the meaning, in order to facilitate the decoding of the content.

**Keywords:** lexical system, vocabulary, lexical innovations, ultra-recent anglicisms, meaning, context, mass media.

### Rezumat

Inovațiile lexicale reprezintă un fenomen dinamic, amplu și universal ce reflectă progresul societății și creativitatea limbii. Întrucât inovațiile sociale sunt în relație de interdependență cu inovațiile lexicale, specialiștii trebuie să fie la curent cu explozia inevitabilă de înnoiri la nivel lingvistic. Cunoașterea inventarului de neologisme, în anumite perioade, contribuie la o mai bună înțelegere a sistemului lexical al unei limbi date și a evoluției acesteia.

În articolul de față înregistrăm o serie de englezisme intrate de curând în limbajul mass-mediei actuale, ce oglindește stadiul curent al dinamicii limbii române. Le asigurăm un tratament lexicografic primar adecvat, adică fixare, stabilire a unui mod corect de ortografiere și de pronunțare, încadrare în anumite clase lexico-gramaticale

și semantice, definire, integrare în contexte adecvate sensului, pentru a facilita decodarea conținutului.

**Cuvinte-cheie:** sistem lexical, vocabular, inovații lexicale, englezisme ultrarecente, sens, context, mass-media.

La etapa actuală, inovațiile lexicale, „cuvintele și sensurile intrate de curând în limbă, neînregistrate, deocamdată în sursele lexicografice” (Vulpe, Onofraș, 2023, p. 18), suscită tot mai mult atenția cercetătorilor în domeniu. „Schimbările care se produc în societatea contemporană, la nivelul diferitor practici sociale, își găsesc expresie în limbă, în lexicul acesteia, în primul rând. Or, lexicul, ca cel mai sensibil și mai dinamic subsistem al unei limbi naturale, redă cu promptitudine mutațiile ce au loc în viața cotidiană a comunității lingvistice respective, prin aceasta limba răspunzând necesităților comunicative curente ale vorbitorilor și consumatorilor săi” (Păcuraru, 2015a, p. 271). Iar reflectarea în limbă a transformărilor sociale se realizează și prin mijlocirea elementelor lexicale neologice.

„Societatea noastră este o societate a informației, a comunicării, iar conținuturile lingvistice sunt puternic influențate de acest lucru” (Busuioc, 2006, p. 3). Întrucât înnoirile în limbă se produc inimaginabil de rapid, asistăm la „o explozie» la nivel de vocabular, generată, întâi și întâi, de «explozia informațională», de relațiile între state care s-au intensificat considerabil în această perioadă, dar și grație fenomenului globalizare/ mondializare la nivel tehnic, social, politic, cultural și, nu în ultimul rând, la nivel lingvistic” (Vulpe, 2021, p. 8).

Unitățile de vocabular noi „vin să completeze vidurile noționale și terminologice care apar ca urmare a transformărilor actuale din societate” (Păcuraru, 2015a, p. 271) și să acopere niște „lacune lexicale” (Păcuraru, 2015b, p. 80). De aici reiese și cea mai evidentă funcție a inovațiilor lexicale, aceea „de umplere a unui «vid terminologic» născut din necesitatea de a denumi și cuprinde realități noi – lucruri, fenomene, procese etc.” (Laiu-Despău, 2014, p. 41).

Procesul de inovare este „un fenomen natural, căci evoluția și însăși comunicarea umană trece prin necesitatea inovației lexicale” (Busuioc, 2006, p. 2). Deci, este firească sporirea impetuoasă a elementelor lexicale noi în această perioadă de expansiune și accelerație în toate domeniile de activitate publică. „În permanență avem nevoie de vocabule noi din domeniul economiei, al politicii, al artelor etc., pentru a denumi noile cuceriri, concrete sau abstracte” (DN, 2011, p. 3).

Impunerea și acceptarea noutăților lexicale în circuit trece prin mai multe faze, ca într-un final să-și confirme dreptul la existență în sistemul lexical românesc și prin intermediul dicționarelor. Referindu-se la lingvistica franceză, cercetătoarea Inga Druță, urmărește „socializarea neologismelor”, care are loc în trei etape: „1) fixarea primară a noilor termeni în studii, teze etc.; 2) înregistrarea neologismelor uzuale sau utile în dicționare speciale; 3) asimilarea definitivă a elementelor lexicale noi

în limbă, confirmată și prin inserarea acestora în dicționare explicative generale” (2002, p. 162). Așadar, multe dintre cuvintele consemnate în acest articol, probabil, își vor dovedi necesitatea prezenței în uz și vor fi acceptate pentru a fi introduse și în dicționare, inclusiv în cele generale.

Preocuparea specialiștilor în domeniu este să inventarieze, să fixeze, să definească și să lanseze în circuitul larg elementele noi de vocabular, asigurându-le un tratament lexicografic adecvat. Ceea ce ne propunem noi în acest articol este să ținem pasul cu evoluția sistemului lexical, mai exact, să identificăm noile englezisme, să le fixăm și să le prezentăm în conformitate cu rigorile lexicografice.

Corpusul de achiziții lexicale „ultrarecente” (Vulpe, 2021, p. 7) de origine engleză, inventariate și definite în anexa materialului, au fost excerptate din mass-media, ele circulă în limbajul presei scrise, electronice și audiovizuale actuale și nu se regăsesc în sursele lexicografice. Fiecărui cuvânt-cheie i se precizează modul de ortografiere și de pronunțare corectă, i se stabilește clasa lexico-gramaticală și/sau semantică, i se determină o definiție analitică, completată cu un sinonim sau cu alt echivalent în limba română, la final confirmându-i-se prezența în contexte ilustrative de clarificare și de utilizare a sensurilor.

Dinamica limbii se intensifică zi de zi. „Când se face uz de un cuvânt sau un sens nou, pe lângă utilitate, originalitate în exprimare, trebuie avută în vedere și cunoașterea exactă a formei și a conținutului acestuia” (Vulpe, Onofraș, 2023, p. 17). Sperăm că unele dintre inovațiile lexicale inventariate în acest articol vor fi analizate în vederea includerii lor în lucrările normative de specialitate *Dicționar explicativ al limbii române actuale: cu sinonime, antonime, paronime, exemple* (DELRA) și *Dicționar de englezisme recente* (DER). De altfel, în *Dicționarul de englezisme recente* (2023) au fost introduși mai mulți termeni cu circulație largă în mediul online, intrați recent în uzul vorbitorilor de limbă română.

Cele mai multe dintre inovațiile lexicale identificate pentru studiul de față circulă în domeniul tehnologiilor informaționale și se regăsesc în limbajul tinerilor utilizatori ai platformelor de socializare (TikTok, Instagram, Facebook, Snapchat): *buzzword, clickbait, cyberbullying, dashboard, deepfake, digital detox, prank, reach, reel, snap, tagging*.

O altă serie de termeni se întâlnesc în turism: *backpacker, begpacker, begpacking, couchsurfer, couchsurfing, flashpacker, flashpacking, multicity, city break*; în economie, în activitatea întreprinderilor: *controlling, design thinking, lead, shareholder, stakeholder*; în modă și styling: *cozy, hypebeast, personal shopper, trendsetter, window shopping*; în serviciul de curățătorie chimică: *dry cleaning, laundromat, laundry, wet cleaning*; în procesul de „peer review” (DER, 2023, p. 136) al publicațiilor științifice, în activitatea de cercetare: *blind peer review, double-blind peer review, open peer review, ORCID, researcher ID, reviewer* și altele: *cruelty free, fasting, heartset, insight, mindset*.

Cuvintele identificate, de circulație curentă în mass-media, utilizate frecvent, cu precădere de anglofili, ilustrează realitățile actuale, dar pun probleme de ordin gramatical, semantic, de formă, de pronunție, întrucât restul vorbitorilor nu le cunosc semnificația și întâmpină, de cele mai multe ori, dificultăți în înțelegerea mesajului.

Aceste „efemeride» [...] ilustrează cel mai bine efervescența creatoare a limbii, precum și disponibilitatea acesteia la împrumuturi” (ICSO, 2020, p. VI). Soarta unităților lexicale noi se va stabili pe parcurs, vor trece testul timpului și al necesității, vor fi acceptate de public, completând lexicul limbii române sau vor deveni „doar niște cuvinte «pasagere»” (Vulpe, 2021, p. 9). Rolul nostru principal este să le identificăm, să le descriem, să le facem cunoscute publicului larg care mai greu decodează informația actuală și să fim, într-un final, în pas cu moda timpului, inclusiv pe plan lingvistic.

### Anexă. Englezisme ultrarecente întâlnite în mass-media

**BACKPACKER**, **backpackeri**, *subst. m.* [Pr.: **bécpacher**; < engl. **backpacker**.] *turism* Persoană care practică „backpackingul” (DER, 2023, p. 19). *Un backpacker, de regulă, călătorește perioade mai lungi, având la dispoziția sa un buget destul de redus.*

**BEGPACKER**, **begpackeri**, *subst. m.* [Pr.: **bégpacăr**; < engl. **begpacker**.] Persoană care practică begpackingul. *Unii begpackeri fac și chetă pentru a-și susține călătoriile.*

**BEGPACKING**, *subst. n.* [Pr.: **bégpaching**; art.: **begpackingul**; < engl. **begpacking**.] Formă de turism în care călătorii, din lipsă de finanțe suficiente, cer donații, pentru a-și putea plăti cheltuielile. *Begpackingul are loc, de obicei, în țări mai puțin dezvoltate.*

**BLIND PEER REVIEW**, *subst., adj. invar.* [Pr.: **blaînd pir rivîú**; < engl. (single-) **blind peer review**.] **1. subst. n.** Proces de evaluare a calității științifice a unei lucrări propuse spre publicare, în care recenzentul cunoaște numele și afilierea autorului, dar autorul nu cunoaște identitatea recenzentului; recenzare anonimă. *Tipurile de evaluare desfășurate în cadrul editurii sunt: peer review, blind peer review și double-blind peer review.* **2. adj. invar.** Care se referă la sistemul dat de evaluare. *Procesul de blind peer review antrenează o echipă de experți în evaluarea și revizuirea articolelor.*

**BUZZWORD**, *subst. n.* [Pr.: **bázűord**; < engl. **buzzword**.] Cuvânt sau expresie la modă într-o anumită perioadă de timp ori într-un anumit context, folosit pentru a impresiona. *Design Thinking este, cu siguranță, un buzzword în ziua de azi.*

**CITY BREAK**, *subst. n., adj. invar.* [Pr.: **siti breič**; < engl. **city break**.] (Mini vacanță spre o destinație urbană) care, de regulă, durează două-trei zile. *Un city break reușit vă va încărca cu energie pozitivă și emoții unice. Ofertă city break.*

**CLICKBAIT**, *subst., adj. invar.* [Pr.: **clícbeît**; < engl. **clickbait**.] **1. subst. n.** Tip de conținut plasat pe o pagină web, având un titlu specific pentru a atrage atenția și a fi accesat de cât mai mulți utilizatori. *De multe ori, site-urile adepte ale clickbaitului promovează zvonuri și fake-uri.* **2. adj. invar.** Care se referă la tipul dat de conținut. *Titluri clickbait. Articole clickbait. Site de tip clickbait.*

**CONTRÓLLING**, *subst. n.* [< engl. **controlling** (interest).] *econ.* Set de acțiuni necesare pentru a conduce și coordona activitățile unei întreprinderi. *Controllingul are rolul de a regla toate procesele unei întreprinderi în scopul scăderii costurilor și maximizării încasărilor.*

**COUCHSURFER**, **couchsurferi**, *subst. m.* [Pr.: **căūcisărfăr**; < engl. **couchsurfer**.] Persoană care practică couchsurfingul. *Majoritatea couchsurferilor pe care i-a cunoscut turistul s-au dovedit a fi oameni excepționali.*

**COUCHSURFING**, *subst. n.* [Pr.: **căūcisărfing**; art.: **couchsurfingul**; < engl. **couchsurfing**.] **1)** Rețea socială ai cărei membri oferă cazare gratuită, în casele lor, călătorilor cu un buget redus. *Couchsurfingul este o comunitate globală care are peste 12 milioane de membri.* **2)** Formă de călătorie care are la bază acest concept. *Tânărul practică couchsurfingul de 5 ani.*

**COZY**, *adj. invar.* [Pr.: **cozi**; < engl. **cozy**.] (*despre spații interioare, decoruri, stil*) Care este cald, confortabil și sigur. *Decorul cozy se bazează pe utilizarea elementelor lucrate manual, a luminii naturale și a culorilor neutre.*

**CRAWLER**, **crawlere**, *subst. n.* [Pr.: **crólăr**; < engl. **crawler**.] *tehn. inform.* Program folosit de motoarele de căutare pentru a colecta și clasifica date pe internet. *Google folosește crawlere pentru a indexa informații din website-uri.*

**CRAWLING**, *subst. n.* [Pr.: **cróling**; < engl. **crawling**.] *tehn. inform.* Proces automatizat de colectare și clasificare a datelor de pe site-uri web folosind un crawler. *Crawlingul a devenit o componentă esențială a lumii digitale.*

**CRUELTY FREE**, *adj. invar.* [Pr.: **crúălti fri**, < engl. **cruelty free**.] (*despre produse cosmetice*) Care este dezvoltat sau produs fără teste inumane pe animale; care nu a fost testat pe animale. *Nu toate produsele cosmetice cruelty free sunt neapărat vegane.*

**CYBERBULLYING**, *subst. n.* [Pr.: **săībărbuling**; art.: **cyberbullying**; < engl. **cyberbullying**.] Bullying pe rețelele de socializare, pe aplicații de chat, pe platformele de jocuri, pe telefoanele mobile; hărțuire cibernetică. *Potrivit unui studiu, fiecare al șaselea adolescent din țară este victima cyberbullyingului.*

**DASHBOARD**, **dashboarduri**, *subst. n.* [Pr.: **dășbord**; < engl. **dashboard**.] **1)** *tehn. inform.* Prima pagină de pe un site web unde se pot accesa și gestiona informații; panou de control. *Datele sunt vizualizate pe dashboard sub formă de tabele, diagrame liniare, diagrame cu indicatori.* **2)** Diagramă care prezintă informații relevante pentru o anumită afacere și afișează rezultatele unei analize. *Sistemele moderne de management al afacerilor permit crearea de dashboarduri personalizate pentru fiecare departament, echipă sau angajat din companie.*

**DEEPFAKE**, *deepfake-uri*, *subst.*, *adj. invar.* [Pr.: **dípfěic**; < engl. **deepfake**.] *tehn. inform.* (Conținut digital audio sau video) care reproduce aspectul unei persoane (de obicei publice), distorsionând un discurs și creând, astfel, un fals, cu scopul de a influența destinatarul. *Experții în domeniu consideră că deepfake-ul este mult mai periculos și cu un impact mult mai puternic decât știrile false. Google a lansat câteva sute de mii de videouri deepfake.*

**DESIGN THINKING**, *subst. n.* [Pr.: **dizăin fínching**; < engl. **design thinking**.] Metodologie de rezolvare a problemelor axată pe soluții accesibile și inovative, folosită în procesul de concepere și dezvoltare a unui produs, serviciu, proces, cu aplicații în mai multe domenii (social, de afaceri, de carieră, de mediu, personal). *Design thinking îți permite să adaptezi lumea la nevoile personale.*

**DIGITAL DETOX**, *subst. n.* [Pr.: **dígítăł dítox**; < engl. **digital detox**.] Perioadă de timp în care o persoană nu folosește dispozitive digitale (smartphone-uri, computere, TV-uri) sau limitează timpul de utilizare a lor, în special, pentru a reduce stresul, a se relaxa și pentru a se concentra pe interacțiunea socială; detoxifiere digitală. *Digital detox: pauză de la lumea digitală.*

**DOUBLE-BLIND PEER REVIEW**, *subst.*, *adj. invar.* [Pr.: **dábăł blaínd píř rívúú**; < engl. **double-blind peer review**.] **1. subst. n.** Proces de evaluare a calității științifice a unei lucrări propuse spre publicare în cadrul căruia nici autorii, nici recenzenții nu cunosc informații reciproce de identificare (nume, afiliere, date personale), pentru a exclude conflictele de interese și a nu influența rezultatele; recenzare dublu-anonimă. *Tipul de peer review desfășurat în cadrul editurii este double-blind peer review.* **2. adj. invar.** Care se referă la sistemul dat de evaluare. *Manuscrisele primite de la autori sunt incluse în procesul double-blind peer review.*

**DRY CLEANING**, *subst.*, *adj. invar.* [Pr.: **draí clíning**; < engl. **dry-cleaning**.] **1. subst. n.** Metodă de spălare/curățare a hainelor și textilelor folosind solvenți în loc de apă; curățare uscată. *Dry cleaningul este o alternativă pentru textilele cu un grad mare de murdărie.* **2. adj. invar.** Care se referă la tipul dat de curățare. *Tehnologie dry cleaning.*

**FÁSTING**, *subst. n.* [< engl. **fasting**.] Practică de a mânca puțin sau deloc alimente pentru o perioadă de timp, în special din motive religioase sau de sănătate, pentru detoxifierea organismului; post intermitent. *Unul dintre cele mai importante și, de altfel, cel mai des întâlnit motiv pentru care oamenii aleg să practice fastingul este scăderea în greutate.*

**FLASHPACKER**, *flashpackeri*, *subst. m.* [Pr.: **fléșpacăr**; < engl. **flashpacker**.] *turism* Persoană care practică flashpackingul. *Pentru flashpackeri, estetica călătoriei și modul în care vor arăta în fotografii și videoclipuri sunt importante.*

**FLASHPACKING**, *subst. n.* [Pr.: **fléșpaching**; art.: **flashpackingul**; < engl. **flashpacking**.] Formă de turism care presupune drumeții cu rucsacul în spate, dar în condiții luxoase (cazări în hoteluri de lux, mese în restaurant, transport și cheltuieli

pentru alte diverse activități). *Tururile combinate și flashpackingul sunt noi trenduri globale în turism.*

**GROOMING**, *subst. n.* [Pr.: **grúming**; art.: **groomingul**; < engl. **grooming**.] 1) Tehnică non-violentă de ademenire și manipulare a victimelor (în special, copiii, în mediul online) pentru a fi supuse abuzurilor sexuale, folosită de prădători. *Groomingul poate fi sexual, romantic, financiar sau în scopuri criminale ori teroriste și poate viza atât copiii, cât și adulții.* 2) Proces prin care se îngrijește blana unui animal, incluzând periajul, spălarea și tunderea părului. *Groomingul este esențial pentru sănătatea câinilor și pentru a-i menține curați și frumoși.*

**HEARTSET**, *subst. n.* [Pr.: **hártset**; < engl. **heartset**.] Set de emoții (iubire, bunătațe, generozitate, compasiune) în baza cărora o persoană ia decizii sau acționează în diferite situații. *De la mindset la heartset.*

**HYPEBEAST**, *subst. m.* [Pr.: **háipbist**; < engl. **hypebeast**.] Persoană, de obicei bărbat, care achiziționează îmbrăcăminte și încălțăminte de la branduri cu renume pentru a ține pasul cu ultimele tendințe de modă. *Hypebeastul poartă doar haine de brand.*

**INSIGHT**, *subst. n.* [Pr.: **ínsaít**; art.: **insightul**; < engl. **insight**.] Înțelegere intuitivă și globală a semnificației unui comportament, a unei situații, expresii. *Insightul poate fi un pas critic spre adoptarea unei strategii de rezolvare.*

**LAUNDROMAT**, *subst. n.* [Pr.: **lóndrămat**; < engl. **laundromat**.] Unitate comercială de spălare și uscarea a rufelor, cu autoservire; spălătorie; laundry. *Fiecare laundromat este monitorizat video, iar clienții pot observa pe site dacă este aglomerat sau nu.*

**LAUNDRY**, *subst. n.* [Pr.: **lóndri**; < engl. **laundry**.] Unitate comercială de spălare și uscarea a rufelor, cu autoservire; spălătorie; laundromat. *Laundryul dispune de 3 mașini de spălat și 3 uscătoare profesionale de ultimă generație.*

**LEAD**, **leaduri**, *subst. n.* [Pr.: **lid**; < engl. **lead**.] *econ.* Client potențial care cunoaște, cumpără, este interesat și promovează, la rândul lui, o afacere, un produs sau serviciu al unei companii. *Pentru a aduce departamentului de vânzări un număr cât mai mare de leaduri calificate, cele mai multe companii de IT aleg strategii integrate de comunicare și poziționare. Cel mai simplu este să atragi leaduri din Internet.*

**MINDSET**, *subst. n.* [Pr.: **máíndset**; < engl. **mindset**.] Set de atitudini sau idei fixe pe care cineva le are și care sunt adesea greu de schimbat; mentalitate. *Mindsetul este adesea asociat cu ideea că modul în care gândim poate avea un impact semnificativ asupra succesului și dezvoltării noastre în viață.*

**MULTICITY**, *adj. invar.* [Pr.: **multisíti**; scris și: **multi-city**; < engl. **multicity**.] (*despre călătorii, zboruri*) Care permite călătorilor ce plănuiesc să viziteze diferite orașe să rezerve mai multe escale sau destinații în cadrul unui singur tur. *Pe site-urile lor, unele companii aeriene permit o rezervare multicity.*

**OPEN PEER REVIEW**, *subst., adj. invar.* [Pr.: **ópăn pir rivíú**; < engl. **open peer review**.] **1. subst. n.** Proces de evaluare a calității științifice a unei lucrări propuse spre publicare, în care recenzenții și autorii își cunosc reciproc identitatea; recenzare deschisă. *Open peer review-ul îi face pe recenzenți mult mai responsabili, mai interesați să producă o recenzie de calitate și mai corecți în aprecieri.* **2. adj. invar.** Care se referă la sistemul dat de evaluare. *Transparența procesului de recenzare are loc prin aplicarea metodei open peer review.*

**ORCID**, *subst., adj.* [Art.: **ORCID-ul**; < engl. **ORCID** (abr. de la **Open Researcher and Contributor ID**).] **1. subst. n.** Cod alfanumeric unic, care permite identificarea savanților și autorilor de lucrări academice și științifice. *Utilizați ORCID-ul pentru a trimite articolul dvs spre publicare într-o revistă.* **2. subst. n., adj. invar.** (Profil) care este creat cu scopul de a gestiona identitatea cercetătorului, de a promova rezultatele științifice în mediul online și de a face legături cu lucrări indexate în alte baze de date. *Fiecare cercetător deține propriul ORCID în care sunt prezentate lucrările și activitățile lui științifice. Profilul ORCID reprezintă o oportunitate de creștere a vizibilității științifice.*

**OUT OF THE BOX**, *loc. adv., loc. adj.* [Pr.: **aűt of dă box**; < engl. (think) **out of the box**.] **A gândi/gândire out of the box/outside (of) the box** a gândi/gândire în afara tiparelor; a gândi/gândire într-un mod inedit, creativ. *Gândește „out of the box”, pentru a fi mai inteligent, mai imaginativ și pentru a avea succes. Persoanele cu gândire out of the box sunt adesea marginalizate.*

**PERSONAL SHOPPER**, *subst. m.* [Pr.: **pěrsănal șopăr**; < engl. **personal shopper**.] **1)** Persoană a cărei sarcină este să ajute pe altcineva să cumpere lucruri, oferind sfaturi și sugestii, fie mergând cu ea în magazin sau făcând cumpărături pentru aceasta. *Un personal shopper știe unde să facă cumpărături, ce să cumpere și cum să obțină cele mai bune oferte.* **2)** Reprezentant al unei companii care se deplasează la domiciliul clientului ce a comandat online pentru a-și alege mărimea potrivită. *Personal shopperul anunță clienții despre noile colecții și este mereu la curent cu tendințele și noutățile din lumea modei.*

**PRANK**, **pránkuri**, *subst. n.* [< engl. **prank**.] **1)** Faptă (glumeată) cu care este păcălit cineva; farsă. *Prankurile la telefon au fost create de jurnaliști cunoscuți.* **2)** Farsă filmată, de multe ori, cu tentă negativă, făcută cu scopul de a stârni reacția protagoniștilor și a celor care o privesc. *Prankurile pot prejudicia securitatea, interesele sau imaginea unor state.*

**REACH**, *subst. n.* [Pr.: **rici**; art.: **reach-ul**; < engl. **reach**.] *tehn. inform.* Număr de utilizatori care au văzut un anunț, o postare, un share, un live pe o platformă de socializare. *Conform unor statistici, live-ul aduce aproape de 6 ori mai mult reach și engagement decât un material video postat.*

**REEL**, *subst. n.* [Pr.: **ril**; < engl. **reel**.] *tehn. inform.* Videoclip scurt conceput pentru divertisment care evidențiază cele mai interesante și excitante secvențe,



postat și distribuit pe o rețea de socializare. *Creator de reeluri. Adolescenții petrec adesea mult timp uitându-se și distribuind reeluri pe Instagram.*

**RESEARCHER ID**, *subst. n.* [Pr.: **risărceăr ai-dî;** < engl. **researcher ID** (abr. de la **Identity/Identification**).] Cod alfanumeric unic pentru cercetători, pe platforma Web of Science, care permite crearea de profiluri ce conțin informații despre publicațiile științifice ale autorilor. *Web of Science Researcher ID.*

**REVIEWER**, **revieweri**, *subst. m.* [Pr.: **riviúăr;** < engl. **reviewer**.] Persoană care recenzează un film, o piesă de teatru, o lucrare științifică sau beletristică; persoană care scrie o recenzie; recenzent. *Textul este considerat publicabil, dacă niciunul dintre revieweri nu îl respinge.*

**SHAREHOLDER**, **shareholderi**, *subst. m.* [Pr.: **șérholdăr;** < engl. **shareholder**.] *econ.* Persoană, grup sau organizație care deține în mod legal o cotă de acțiuni într-o anumită întreprindere; acționar. *În fiecare companie există stakeholderi și shareholderi.*

**SNAP**, **snap-uri**, *subst. n.* [< engl. **snap**.] *tehn. inform.* 1) Abreviere de la **Snapchat**. *Snap-ul este foarte ușor de instalat pe orice telefon.* 2) Conținut video sau fotografie distribuită pe Snapchat. *Snap-urile sunt create pentru a comunica rapid și facil, la fel ca în viața reală.*

**SNAPCHAT**, *subst. n.* [Pr.: **snápcet;** < engl. **Snapchat**.] *tehn. inform.* Rețea de socializare gratuită ce permite utilizatorilor să împărtășească într-un mod distractiv fotografii, videoclipuri scurte și mesaje, care dispar după o perioadă redusă de timp. *Snapchat-ul te ajută să îți folosești creativitatea pentru a comunica într-o manieră distractivă și informală.*

**STAKEHOLDER**, **stakeholderi**, *subst. m.* [Pr.: **stéicholdăr;** < engl. **stakeholder**.] *econ.* Persoană, grup sau organizație care are un interes sau o implicare personală directă într-o anumită întreprindere, sporindu-i performanțele. *Fiecare companie trebuie să stabilească sfera stakeholderilor implicați.*

**TAGGING**, *subst. n.* [Pr.: **tághin;** art.: **taggingul;** < engl. **tagging**.] 1) *tehn. inform.* Modalitate prin care se etichetează un produs, o persoană, o postare, o fotografie. *Instagram extinde taggingul de produse către toți utilizatorii din SUA. Showroomul folosește un sistem de tagging al prețurilor cu un ecran de tip eink.* 2) *tehn. inform.* Atașare a unui cuvânt-cheie, a unei expresii la un conținut digital cu scopul de a oferi informații suplimentare, de a facilita căutarea pe internet, de a-l identifica ca aparținând unei anumite categorii sau referindu-se la o anumită persoană ori subiect. *Află cum te ajută taggingul să organizezi evenimente reușite.* 3) *tehn. inform.* Serviciu pe unele platforme de socializare care permite utilizatorilor să identifice și să eticheteze persoane, locuri, branduri, în poze. *Taggingul facilitează căutarea pe internet. Taggingul folosește tehnologia de recunoaștere a fețelor și le sugerează utilizatorilor să pună etichete în poze în care se află prietenii lor.* 4) Scriere a unei porecle sau a unei mărci pe o suprafață de către un artist graffiti. *Nu pot să-i susțin pe cei care fac tagging pe clădiri cu arhitectură de valoare.*

**TRENDSSETTER**, *trendsetteri*, *subst. m.* [Pr.: **trëndsetăr**; < engl. **trendsetter**.] Persoană care stabilește un nou trend (în fashion, muzică, business) sau adoptă și popularizează un nou stil, accesoriu sau element vestimentar. *Trendsetterii adaugă personalitate unei ținute.*

**WET CLEANING**, *subst., adj. invar.* [Pr.: **űet clńning**; < engl. **wet cleaning**.] **1. subst. n.** Metodă profesională inovatoare de spălare/curățare a hainelor pe bază de apă în combinație cu anumite tipuri de detergenți biodegradabili; curățare umedă. *Wet cleaningul vine ca o alternativă ecologică pentru curățarea chimică a textilelor.* **2. adj. invar.** Care se referă la tipul dat de curățare. *Sistem de spălare wet cleaning. Echipament profesional wet cleaning.*

**WINDOW SHOPPING**, *subst. n.* [Pr.: **űındoű șoping**; < engl. **window shopping**.] Acțiunea de a privi mărfurile în vitrinele magazinelor, de obicei, fără intenția de a cumpăra ceva. *De fapt, obișnuiam să mă bucur nu neapărat cumpărând, ci era suficient și un simplu window shopping ca să mă binedispun.*

### Referințe bibliografice:

BUSUIOC, Ileana. *Despre neologisme și neologie* [online]. Disponibil: [https://litere.uvt.ro/litere-old/vechi/documente\\_pdf/aticole/uniterm/uniterm4\\_2006/ileana\\_busuioc.pdf](https://litere.uvt.ro/litere-old/vechi/documente_pdf/aticole/uniterm/uniterm4_2006/ileana_busuioc.pdf) [citată 31.01.2024].

DELRA = BAHNARU, Vasile, BOTNARU, Liliana, CĂRUNTU-CARAMAN, Livia, MOLEA, Viorica, ONOFRAȘ, Maria, PAHOMI, Tamara, SCLIFOS, Valeriu, VRABIE, Lidia, VULPE, Ana. *Dicționar explicativ al limbii române actuale: cu sinonime, antonime, paronime, exemple*, în IV volume. Chișinău: Știința, 2022.

DER = CARUNTU-CARAMAN, Livia. *Dicționar de englezisme recente*. Chișinău: Editura TAICOM, 2023.

DN = MARCU, Florin. *Dicționar de neologisme*. Chișinău: Știința, 2011.

DRUȚĂ, Inga. Inovație și tradiție lingvistică. În: *Limba română*. Chișinău, 2002, nr. 11-12, pp. 159-163.

ICSO = BARBU, Ana-Maria, CROITOR, Blanca, NICULESCU-GORPIN, Anabella-Gloria, RADU, Carmen-Ioana, VASILEANU, Monica. *Inventar de cuvinte și sensuri noi atestate în mediul online*. Vol. 1. București: Editura Academiei Române, 2020.

LAIU-DESPĂU, Octavian. Inovația lexicală în SF-ul românesc. În: *Helion*, 2014, nr. 3-4, pp. 39-44.

Păcuraru, 2015a = PĂCURARU, Vera. Inovațiile lexico-semantice: probleme de identificare din perspectivă lexicografică. În: *Filologia modernă: realizări și perspective în context european. Cercetarea filologică între tradiție și inovare* (ed. a VI-a). Chișinău: Institutul de Filologie al AȘM, 2015, pp. 271-278.

Păcuraru, 2015b = PĂCURARU, Veronica. Polisemia și dezambiguizarea unor unități recente ale vocabularului românesc din perspectiva dinamicii semantice actuale. Considerări și reconsiderări în contextul informatizării lexicografiei. În: *Philologia*. 2015, nr. 3-4, pp. 70-81.

VULPE, Ana. Achiziții lexicale „ultrarecente” pentru vocabularul limbii române. În: *Limbă, Literatură, Folclor*. 2021, nr. 1, pp. 7-19.

VULPE, Ana, Onofraș, Maria. Achiziții lexicale „ultrarecente” pentru vocabularul limbii române. În: *Philologia*, 2023, nr. 1, pp. 17-26.

**Notă:** Articol elaborat în cadrul subprogramului de cercetare 010301 „Perspective interdisciplinare asupra fenomenelor de confluență și de confruntare în domeniile lingvistic, literar și folcloric în spațiul basarabean ca limes civilizațional și frontieră geopolitică”, Institutul de Filologie Română „Bogdan Petriceicu-Hasdeu” al USM.

**Primit:** 19.03.2024

**Acceptat:** 22.05.2024