ÎNREGISTRAREA ENGLEZISMELOR ÎN DICȚIONAR

LIVIA CARUNTU-CARAMAN

Institutul de Filologie Română „B. P.-Hasdeu” al MEC

Rezumat. *Limba reflectă schimbările ce se produc în societate. În etapa actuală, constatăm că globalizarea favorizează răspândirea englezismelor în diverse limbi, ceea ce duce la internaționalizarea comunicării. Întrucât multe asemenea elemente circulă cu formă grafică originală, dar și „hibridizată” au loc multiple disensiuni de fonetism, transcriere, semantică, iar, ca să se clarifice, consumatorul apelează în primul rând la un dicționar.*

Astfel, am decis să elaborăm o lucrare specială în care să înregistrăm un corpus de englezisme din vorbirea actuală și care să cuprindă elemente de ortografie, morfologie, fonetică, etimologie și semantică, precum și unele recomandări și principii de realizare. Aici utilizatorul va găsi explicații la situațiile confuze privind mijloacele novatoare de exprimare, întâlnite mai cu seamă în mass-media, în opere științifice, în viața cotidiană.

Cuvinte-cheie. *limba română, globalizare lingvistică, vocabular, înregistrare, dicționar, englezisme, mass-media.*

Abstract. *The language reflects the changes that happen in the society. In the present stage, we notice that globalization favours the spread of Anglicisms in various languages, which leads to the internationalization of communication. Whereas many such elements circulate with original graphic form, but also „hybridized” there occurs multiple dissensions of phonetics, transcription, semantics, and, to clarify, the consumer primarily uses a dictionary.*

Thus, we decided to elaborate a special work in which to record a corpus of Anglicisms from current speech including spelling, morphology, phonetics, etymology and semantics elements, as well as some recommendations and principles of execution. Here the user will find explanations to the confusing situations regarding the innovative means of expression, encountered especially in the mass media, in scientific writings, in everyday life.

Keywords. *Romanian language, linguistic globalization, vocabulary, registration, dictionary, Anglicisms, mass media.*

Limba este un organism viu, care reflectă schimbările ce se produc în societate. Atât timp cât o limbă este vie, aceasta prezintă un produs în permanentă dezvoltare și modificare (Vulpe, 2012, p. 419).

Eugeniu Coșeriu, în unul dintre studiile sale, afirma că schimbările lingvistice, ca proces ce se desfășoară într-o comunitate de vorbitori, cuprind patru etape: *adoptarea* (unei inovații de către un vorbitor individual), *difuzarea*

(adoptarea ei de către mai mulți vorbitori), *selectarea* (folosirea alternantă a tradiției mai vechi și a celei mai noi), *mutația* (abandonarea uneia dintre tradiții și reținerea celeilalte ori stabilirea unei anumite distribuții a ambelor tradiții în același „dialect” sau, în cele din urmă, în „dialecte” diferite) (2009, p. 323-324).

Astfel, rezultă că forma fundamentală a schimbărilor lingvistice, în ceea ce privește pătrunderea englezismelor în limba română, este adoptarea, aceasta fiind întotdeauna un act individual (chiar dacă mai mulți vorbitori acceptă simultan aceeași inovație). Difuzarea este doar o serie de adoptări succesive; selectarea este, în sine, un fapt de discurs; mutația este doar punctul final al procesului de schimbare în limba unei comunități de vorbitori.

În etapa actuală, constatăm că limba română e în continuă căutare de forme de exprimare, iar englezismele – și cu ajutorul mass-mediei – își caută locul în limbă, adaptându-se și adevându-și bogate valori semnificative. Cercetătorilor le revine misiunea de a orienta cât mai corect direcția de adoptare și adaptare a englezismelor prin recomandări, elaborări de dicționare explicative și alte acte normative, în care utilizatorul să găsească orice nuanță de sens a cuvintelor neologice, pentru a le întrebuița corespunzător: cuvântul potrivit să-și aibă locul potrivit.

Pătrunderea masivă de inovații lexicale de origine engleză se desfășoară la nivel global și se datorează, în special, globalizării, accesului la informație în internet, televiziune, telefonie, prezenței tehnologiei digitale în viața cotidiană. În așa mod, cercetătorii constată că „atât globalizarea lingvistică, cât și răspândirea în diverse limbi a anglicismelor sunt fenomene actuale care au tendința să se internaționalizeze” (Burbulea, 2007, p. 217).

Totodată, recunoașterea englezismelor ca unități lexicale ale limbii române este fortificată, în primul rând, de înregistrarea lor în dicționare, iar multe din ele încă nici n-au fost reglementate, deși sunt deja cunoscute și utilizate frecvent (Caruntu-Caraman, 2017, p. 42). Prin urmare, ținând cont de aspectul funcțional, se pot distinge două categorii de englezisme: *înregistrate în dicționarele românești de neologisme*, care circulă cu modificări de frecvență, de sens și/sau de formă; *neînregistrate în dicționare*, dar utilizate relativ frecvent (Stoichițoiu-Ichim, 1996, p. 40).

Se referă la situația dată și Th. Hristea, care accentuează că acest fapt e posibil mai ales datorită ritmului accelerat de pătrundere a englezismelor, încât dicționarele noastre nu le pot ține pasul, iar din cauza puținelor atestări lexicografii întâlnesc dificultăți în a decide care din ele trebuie admise și care respinse. Și aici autorul precizează în studiile sale că „dicționarele românești recente reflectă numai în parte această bogăție de cuvinte noi, împrumutate din alte limbi sau create în interiorul limbii noastre” (1968, p. 115).

Totuși, susține Th. Hristea, ca un neologism să poată fi inclus în actele normative, acesta trebuie să îndeplinească mai multe condiții: atestarea de mai multe ori, în cel puțin 2 stiluri literare (publicistic și artistic, științific și publicistic etc.); denumirea unui obiect inexistent sau necunoscut anterior; tendința neologismului respectiv de a deveni un element lexical internațional

(prezența lui și în alte limbi); însușirea de a fi ușor adaptabil la sistemul fonologic și morfologic al limbii române; capacitatea de a da naștere la derivate și compuse ori de a se încadra fără dificultăți într-o familie lexicală preexistentă; tendința pe care o manifestă de a dezvolta sensuri noi, de obicei, figurate, ca o consecință a frecvenței lui întrebuințări (1972, p. 185-186).

În felul acesta, adoptarea englezismelor „trebuie să se facă după modele bine puse la punct, în așa mod încât acestea să fie asimilate perfect, nu să fie introduse forțat și să apară ca niște corpi străini. Oricât de frumos ar suna un anumit neologism, includerea lui în vocabularul român trebuie să depindă, în principal, de modul în care el se integrează în limbă. Or, modificările în limbă se impun numai după ce au fost vreme îndelungată puse la încercare în practica de zi de zi a comunicării. Indiferent de faptul cine a lansat o inovație sau alta, ceea ce contează este dacă ea a devenit un bun al maselor, dacă masa vorbitorilor o acceptă sau nu”. (Vulpe, 2012, p. 423).

De cele mai multe ori, nici autorii de dicționare nu pot explica modul de selectare a termenilor noi înregistrați. De exemplu, V. Preda se referă la faptul că în DOOM² „apar termeni ca *brain-drain*, *curling*, *cybercafe*, *cover-girl* ș. a., dar nu apar termeni ca *check-in*, *feed-back*, *part-time*, (*ultra*-)*all-inclusive*, *Wi-Fi*, *blogger/bloger*, *target*, *browser*, *spam*, *logout*, *workshop* ș. a.” (p. 189), care sunt destul de frecvent întâlniți.

Așadar, o primă perspectivă a funcționării englezismelor în limba română o desprindem din frecvența lor în dicționare. Dacă prezența unui englezism în dicționar desemnează normarea și utilitatea lui, înseamnă că reluarea și sporirea numărului cuvintelor engleze de la un dicționar la altul le marchează însăși valoarea.

Întrucât mai multe englezisme sunt utilizate cu forma grafică originală și cu atât mai mult „hibridizată”, ele produc multiple disensiuni de fonetism, transcriere, etimologie și semantică. Un prim ajutor, consumatorul îl găsește anume în dicționar, unde se clarifică imediat cu scrierea sau pronunția, proveniența sau explicarea sensului cuvântului neînțeles. Situația se complică atunci când englezismele întâlnite în uz nu sunt înregistrate și de dicționar sau înseși dicționarele nu oferă o clarificare exhaustivă care să-l mulțumească pe cel care consultă, iar aceasta duce în continuare la interpretări libere distincte de la un utilizator la altul, nu de puține ori eronate, chiar bizare. Astfel, recomandările noastre și elaborarea unui dicționar de specialitate, credem, ar putea înlătura unele incertitudini.

Anume din aceste considerente, am decis să elaborăm o lucrare care să descrie situația existentă în sistemul limbii române în prezent, punând totodată accentul pe utilizator „user perspective”, stabilind „nevoile care îl determină să apeleze la un dicționar și contextele în care face acest lucru” (Clim, 2007-2008, p. 174). Astfel, să venim în ajutor unor categorii mai largi sau mai restrânse de vorbitori (elevi, studenți, cercetători, utilizatori), care necesită informații suplimentare și precizări privind sensul unităților lexicale de origine engleză, gradul lor de adaptare în funcție de diferite criterii (fonetic, ortografic, morfologic, semantic),

încadrarea în anumite categorii gramaticale și pretarea lor la flexionare, modul lor de funcționare și de întrebuințare adecvată, contextele lor lingvistice și pragmatice distincte.

Dicționarul propus va include cuvinte de origine engleză aparținând diferitor terminologii, în marea lor majoritate cu sensuri noi atestate, mai ales în ultimele două decenii, excerptate din presa scrisă (publicații periodice tipărite și electronice) și audiovizuală, din diferite surse de pe internet, de pe firme și inscripții stradale, dar și din dicționarele generale, ortografice, explicative și de cuvinte și sensuri recente. Lucrarea este în proces de elaborare la Centrul de Lingvistică, în cadrul proiectului *Valorificarea științifică a patrimoniului lingvistic național în contextul integrării europene*, subtema *Cercetarea și valorificarea lexicului limbii române în context general românesc*.

Menționăm că anume utilizarea frecventă a elementelor lingvistice preluate, cu precădere din mass-media, a determinat includerea lor în corpusul dicționarului de englezisme actuale.

Registrul lucrării lexicografice cuprinde multe cuvinte noi, unele neatestate, altele pătrunse în dicționarele de cuvinte și sensuri noi, care sunt frecvent întâlnite în uzul curent în mai multe domenii de activitate publică: politică (*advocacy, impeachment, infringement, lobbying, policy brief*), economie (*antitrust, buy back, cashback, contactless, default, merchandising*), știință și educație (*bullying, outline, peer review, PHD, profiler*), informatică și tehnologii (*adware, blogging, clipboard, download, follower, junk mail, layout, low profile, mailing, multi-touch*), cultură și artă (*advertiser, beauty shop, copywriting, drummer, edutainment, fake news, hardback, leaflet, newsletter, podcast*), sport (*backpacking, bodyboarding, challenge, climbing, dirt track*) și altele (*burnout, car sharing, checkout, clutch, co-sleeping, co-working, dressing, lockdown, mobbing*).

Dicționarul de englezisme recente, cu elemente de ortografie, morfologie, fonetică, etimologie și semantică, este elaborat după niște principii teoretice lexicografice riguros respectate ce vizează precizarea modului de ortografiere și de pronunțare corectă a unităților de vocabular, indicarea etimologiei termenilor, încadrarea în anumite clase lexico-gramaticale și/sau semantice, utilizarea pe larg a mențiunilor lexicografice (gramaticale, funcțional-stilistice, pragmatice), evidențiind domeniul de funcționare, determinarea unei definiții analitice, confirmarea prezenței englezismelor în exemple adecvate.

Unitățile lexicale ale viitorului dicționar vor fi aranjate în strictă ordine alfabetică într-o coloană verticală bine evidențiată, fiind imprimate cu caractere mari de tipar aldine. Ele vor desemna fondul noțional care va fi propus pentru a i se da o definiție (sau mai multe) semnificației denotate și vor constitui forma inițială (nearticulată) de la care vor porni celelalte structuri gramaticale (de număr, gen) și în temeiul cărora se va determina la ce parte de vorbire se pretează și cărui gen îi aparține.

Prin urmare, unitățile de bază, care indică în același timp și formula morfologică a numărului singular, vor produce variantele de plural care vor succeda imediat editate cu litere mici de tipar, tot aldine. Categoria gramaticală

a numărului nu va fi relevantă în mod expres în scris, prin abrevieri (sg., pl.) sau altă cale, întrucât desinențele înseși vor edifica acest lucru.

Concomitent, termenul prim va incluziona și reglementarea ortografică recomandată care va servi drept normă pentru a fi respectată în mod obligatoriu. Formantul secund, cel al pluralului, completează transcrierea corectă la atașarea desinenței de plural. Aceasta se poate alătura atât la un loc (*laptopuri*, *openuri*), cât și cu cratimă (*MacBook-uri*, *network-uri*). Mai specificăm aici că nu toate englezismele vor putea forma pluralul. În asemenea caz, substantivele și cele mai multe adjective vor fi prezentate printr-o singură variantă, cea de singular, iar alte adjective, după ce se stabilește cărei părți de vorbire se pretează (*adj.*), mai primesc și calificativul *invar.* (invariabil), cu semne grafice mici italice.

Nu mai puțin important este și accentul fonetic. Acesta se fixează tot în cadrul primului component, deasupra vocalei ce-l solicită, evidențiindu-se astfel silaba corect tonică (*lúnch*, *kétchup*). Indicații în ce privește modalitatea de accentuare se oferă în dicționar pentru majoritatea termenilor, exceptându-i, e firesc, pe cei monosilabici (*link*, *grill*).

După aceasta, fiecărei formațiuni lexicale i se precizează partea de vorbire de care aparține: *subst.* (substantiv), *adj.* (adjectiv), *loc. adj.* (locuțiune adjectivală), *vb.* (verb), *adv.* (adverb). Constatările sunt făcute prin abrevieri cu litere cursive.

Reliefarea părții de vorbire este continuată de un alt element al analizei gramaticale – categoria genului: *m.* (masculin), *f.* (feminin), *n.* (neutru). Modelele adjectivale pe deplin adaptate în limba română pot avea în dicționar 4 forme evidențiate aldin – 2 de gen: masculin și feminin singular și 2 de masculin și feminin plural (*managerial*, *managerială*, *manageriali*, *manageriale*). De gen, indirect, am mai putea vorbi și în cazul substantivelor omonime: *monitor*¹, *monitoare*; *monitor*², *monitori*.

Apoi avem paranteze pătrate, în interiorul cărora sunt consemnate 2 valori: pronunția primului termen, a formei inițiale de dicționar și trimiterea lui la origine. Modelul românesc de rostire corectă este redat printr-o structură de litere mici de tipar aldine precedată de abrevierea *Pr.* (pronunție) și două puncte (:), după care merge indicatorul de direcție (<), adresa (engl.) cu litere simple și însăși alternativa originală cu litere mici aldine (< engl. **lockdown**). Când însă varianta românească de englezism coincide totalmente (*fax-modem*, *font*) sau aproape complet (*fitness*, *glossy*) – și constitutiv, și pronunțabil – cu cea englezească, în paranteza pătrată apare numai noțiunea de sorginte, lăsându-se loc de interpretare identică și pentru rostire.

Forma etimologică (cea grafică englezească) este recomandată în lucrare mai cu seamă pentru englezismele recente ca să fie în concordanță cu tendința generală a limbii literare române actuale de a păstra termenii de origine engleză într-o stare cât mai apropiată de cea din limba sursă. Prescripții de articulare corectă sunt oferite pentru toate englezismele: pentru care au fost deja înregistrate se conservă norma din DOOM², pentru cele mai recente preluăm regula din engleză. În cazul când normele admit dubla ortografiere (*online*, *on-line*) sau accentuare (*módem*, *modém*) a unor englezisme, în

paranteza pătrată se notează cea de-a doua variantă (prima fiind cea inițială) cu remarcile de rigoare: *Scris și: on-line, pr. și: modém.*

După paranteza pătrată, multe cuvinte (dar nu toate) vor avea adăugat, cu italice, domeniul în care sunt mai frecvent utilizate: *tehn. inform.* (tehnologii informaționale); *econ.* (economie); *cin.* (cinematografie); *pol.* (politică) sau, în paranteze rotunde, dar tot cu cursive, alte observații (*mai ales în Anglia; despre oameni, activități, lucruri; se folosește ca/pentru...*).

Urmează partea fundamentală – definiția, explicarea semnificației, pentru ce a și fost realizat dicționarul. Aceasta se compune dintr-un enunț în care sunt expuse semnele distinctive ale produselor denumirea cărora o poartă cuvintele (forma, mărimea, culoarea, materialul; cum funcționează, care-i scopul, unde au fost fabricate, cine le-a inventat...). Formula enunțului diferă de la o parte de vorbire la alta. Pentru substantiv, ea se constituie dintr-o propoziție nominală cu subiectele exprimate printr-un nume nearticulat (*persoană, ecran*) sau frază în care propoziția principală regentă este de asemenea una nominativă (*Listă de cerințe care trebuie efectuate*). Pentru adjective, explicarea se construiește cu ajutorul pronumelui relativ *care* încadrat într-o propoziție cu sens generalizator (*Care ține de management*).

Când un substantiv sau adjectiv dezvoltă valori polisemantice, numerotarea sensurilor se face cu cifre romane simple luate din partea dreaptă cu o singură paranteză 1), 2), 3). Când un cuvânt trece prin conversie dintr-o parte de vorbire în alta, valorile morfologice se înseamnă succesiv *subst.*, *adj.*, enunțurile explicative numerotându-se cu cifre romane aldine: **1. subst.**; **2. adj.**, iar când substantivele omonime extind 2 sau mai multe sensuri numerotația se face prin inserarea superscript-urilor (exponenților)^{1, 2} (*break¹, break²*).

În sfârșit – exemplificarea, ultima etapă prin care trece cunoașterea unui cuvânt de dicționar. Cele mai multe mostre au fost selectate din circuit, unele fiind adaptate într-o exprimare cât mai concisă, adecvată, clară și corectă.

În încheiere, consemnăm că, în plan practic, *Dicționarul de englezisme recente* va deveni o sursă valoroasă pentru asimilarea termenilor englezi, având caracter explicativ și normativ. Acele cuvinte care se referă la aspecte indispensabile activității cotidiene, implicit fiind frecvent întrebuințate, au șanse definitive să se mențină în limbă și să se depoziteze în superstrat, iar cele care au o circulație de moment riscă să nu reziste în timp.

Astfel, valoarea englezismelor se va confirma, vor trece testul timpului și al necesității, vor fi acceptate de public, completând lexicul limbii române. Iar un aport apreciabil sperăm să-l aducă și dicționarul nostru, care înregistrează englezismele recente din vorbirea curentă, le înzestrează cu aspect și comportament românesc și le reîntoarce, în deplină funcțiune, înapoi la utilizator.

De asemenea, corpusul lexicografic realizat de noi va deveni o bază de date utilă pentru cercetarea lingvistică din țară și de peste hotare,

putând fi, la rândul său, valorificată în proiecte viitoare de implementare și dezvoltare a cercetării umaniste fundamentale românești, potrivit standardelor internaționale.

Referințe bibliografice:

1. BURBULEA, Stela. Anglicismele în limba română. În: *Studia Universitatis*, Chișinău, 2007, nr. 4, p. 216-218.
2. CARUNTU-CARAMAN, Livia. *Englezismele în presa periodică din Republica Moldova (aspectele funcțional, fonetic, ortografic, morfologic, semantic)*: teză de doctor în filologie. Chișinău, 2017.
3. CLIM, Marius-Radu. Lexicografia modernă. Direcții și tipologii. În: *Anuar de Lingvistică și Istorie Literară*, București, 2007-2008, p. 165-178.
4. COȘERIU, Eugenio. *Omul și limbajul său*. Iași: Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2009.
5. DĂNILĂ, Andrei, TAMBA, Elena. *Dicționar de cuvinte și sensuri recente*. București: Litera, 2014.
6. HRISTEA, Theodor. *Probleme de etimologie. Studii. Articole. Note*. București: Ed. Științifică, 1968. HRISTEA, Theodor. Împrumuturi și creații lexicale neologice în limba română contemporană. În: *Limba română*, București: Ed. Academiei, 1972, nr. 3, p. 185-199.
7. OALD – *Oxford Advanced Learner's Dictionary*. Eighth edition. Oxford University Press, 2010.
8. PĂCURARU, Veronica, UNGUREANU, Violeta, VULPE, Ana. *Dicționar explicativ de cuvinte și sensuri noi*. Chișinău: Pro Libra, 2016.
9. PREDĂ, Vlad. *Aspecte ale înregistrării lexicografice a anglicismelor în dicționarele limbii române*. [online] Disponibil: file:///C:/Users/PETRIKA/Downloads/1937-Article%20Text-3184-1-10-20190919%20(1).pdf [citât 30.06.2021].
10. STOICHÎȚOIU-ICHIM, Adriana. Observații privind influența engleză în limbajul publicistic actual (I). În: *Limbă și Literatură*, București, 1996, Vol. II., p. 37-46.
11. VULPE, Ana. Aspectul dinamic al lexicului – reflecții lingvistice. În: *Filologia modernă: realizări și perspective în context european*, Ediția 4. Chișinău, 2012., p. 419-424.

Anexă. Extras din Dicționarul de englezisme recente

ADSÉSERVER, *adsérvere*, *subst. n.* [Pr.: **adsérvăr**; < engl. **ad server**.] *tehn. inform.* Server web utilizat de editori, agenți și rețele de publicitate pentru a gestiona campanii publicitare. **Cumperi un număr x de afișări și adserverul ți le distribuie cum vrea el pe site-urile respective.**

ÁDVERTISER, *ádvvertiseri*, *subst. m.* [Pr.: **ádvărtaizăr**; < engl. **advertiser**.]
1) Persoană care activează la o firmă de advertising. **Advertiserii trebuie să furnizeze detalii cu privire la website-ul destinat promovării.** 2) Persoană fizică care cumpără spațiu de publicitate. **Advertiserii trebuie să plătească o taxă.**

ADVÍSER, *advíseri*, *subst. m.* [Pr.: **ádváizăr**; < engl. **adviser**.] Consilier, expert care acordă consultanță. **Dacă dorești să participi și tu la acest program, trebuie doar să te adresezi unui Beauty Adviser într-unul dintre magazinele noastre.**

AIRPLAY, *subst. n.* [Pr.: érp̃lei; < engl. **airplay**.] 1) Frecvența cu care este difuzată o piesă muzicală pe un post de radio. „Arabian Story” s-a aflat în **airplay top 100 în Bulgaria pentru mai mult de 20 de săptămâni**. 2) Tehnologie dezvoltată de compania Apple, care permite utilizatorilor să direcționeze conținutul audio și video de pe dispozitivele lor (computer, tabletă sau telefon mobil) către o sursă externă (televizor, sistem stereo), utilizând ambele rețele WiFi și Bluetooth. **Airplay oferă mai multe oportunități pentru proprietarii mai multor dispozitive Apple.**

ALL-TIME, *adj. invar.* [Pr.: ól-taim; < engl. **all-time**.] (*despre lucruri, oameni etc.*) Care se referă la toate timpurile în comparații sau aprecieri. **A ocupat locul cinci în clasamentul golgheterilor all-time.**

BÁNKING, *subst. n.* [Pr.: b́nking; < engl. **banking**.] *fin.* Activitate bancară. **Bazându-ne pe experiența altor state, tindem să obținem rezultate la fel de bune în bankingul din Moldova.**

BLÓGGING, *subst., adj.* [Pr.: blóghing; < engl. **blogging**.] *tehn. inform.* 1. *subst. n.* Activitatea bloggerului. **Bloggingul nu este presă, e un conglomerat de opinii.** 2. *adj. invar.* Care se referă la procesul de lucru al bloggerului în blogul său. **Tehnologiile de tip blogging erau cunoscute de puțini oameni din domeniul IT.**

BREAKING NEWS, *subst. n. pl.* [Pr.: bréiking niuz; < engl. **breaking news**.] Știri de ultimă oră. *Sin.:* news alert. **Pe acorduri de Breaking News aflăm ce se mai întâmplă prin țara noastră.**

BÚLLYING, *subst. n.* [Pr.: búliing; < engl. **bullying**.] Comportament repetat și intenționat prin care agresorul își rănește, persecută și intimidează victima (verbal, fizic, relațional, social etc.). **Fiecare al patrulea angajat suferă din cauza bullyingului la locul de muncă.**

CAR SHÁRING, *subst. n.* [Pr.: car șéring; < engl. **car sharing**.] Serviciu de închiriere a mașinilor pe perioade limitate de timp. **Car sharingul își face, încet, loc și pe piața din România.**

CÁSH-IN, *subst., adj.* [Pr.: chéșin; < engl. **cash in**.] 1. *subst. n.* Serviciu de depunere a numerarului în contul de card direct la bancomate. **Cash-in la bancomate oferă posibilitatea clienților băncii să suplinească imediat conturile personale într-un timp foarte scurt.** 2. *adj.* (*despre bancomate, terminale etc.*) Care permite depunerea banilor în regim online. **Optează pentru bancomatele cash-in.**

CÁSH-OUT, *subst., adj.* [Pr.: chéșaut; < engl. **cash-out**.] 1. *subst. n.* 1) Serviciu de retragere a numerarului din contul de card direct la bancomate. **Cu cash-out aveți posibilitatea să retrageți oricând bani în numerar în lei moldovenești.** 2) (*la pariuri sportive*) Opțiune care îți permite să închezi un pariu înainte ca acesta să fie finalizat. **Unii pariori produc un venit constant doar din cash-out.** 2. *adj.* (*despre bancomate*) Care permite retragerea banilor în regim online. **Toate zonele de autodeservire sunt echipate cu bancomate cash-out.**

CHÉCK-IN, *subst. n.* [Pr.: céc-in; < engl. **check-in**.] 1) Înregistrarea clienților la sosirea în hoteluri sau alte structuri de cazare, în mod obișnuit prin semnarea în registru. **Cele mai multe hoteluri permit check-in-ul la hotel de la ora 14.00.** 2) Procedura de înregistrare a pasagerilor și a bagajelor acestora la bordul unei curse aeriene. **Check-in-ul online se realizează pe Internet și este un serviciu oferit în prezent de majoritatea companiilor aeriene.** 3) Locul în care se face înregistrarea pasagerilor, clienților etc. **La sosirea la aeroport, fiecare pasager trebuie să meargă, în primul rând, la check-in.**

CLÚTCH, *clutch-uri*, *subst. n.* [Pr.: cláci; < engl. **clutch**.] *modă* Poșetă de mână elegantă, confecționată din material textil, piele, plastic etc., ce se poartă de obicei la rochii elegante și ținute de seară. **Alege acest clutchameleon cu paiete cu reflexii în culori multiple.**

CONTACTLESS, *adj.* [Pr.: **contáctles**; < engl. **contactless**.] (*despre carduri, terminale*) Care permite efectuarea de tranzacții rapide fără a fi necesară introducerea cardului în POS. **Cardurile contactless îți permit să plătești rapid sume mici de bani la POS-urile comercianților.**

CÓ-SLEEPING, *subst. n.* [Pr.: **có-sliping**; < engl. **co-sleeping**.] Practică a părinților de a dormi aproape de copii, pe o suprafață comună sau separat, dar în aceeași cameră. **Co-sleepingul este o temă controversată, dar o practică foarte veche și răspândită peste tot în lume.**

CÚPcake, **cúpcake-uri**, *subst. n.* [Pr.: **cápcheic**; < engl. **cupcake**.] Prăjitură mică preparată dintr-un blat pufos, bazat pe patru ingrediente: zahăr, ouă, unt și făină, fiind servită cu cremă deasupra. **Cupcake-ul e o prăjitură consistentă.**

DEVÍCE, **device-uri**, *subst. n.* [Pr.: **diváis**; < engl. **device**.] *tehn. inform.* Aparat sau dispozitiv electronic (computer, laptop, smartphone etc.) utilizat pentru afișarea, introducerea și transmiterea de date într-un sistem informatic. **Vino acum la Orange și ia-ți device-ul care o să te impresioneze.**

A DOWNLOADÁ, **downloadéz**, *vb. tranz.* [Pr.: **daunlodá**; < engl. **download**.] *tehn. inform.* A transfera date și fișiere între două calculatoare, servere sau alte dispozitive prin intermediul internetului. *Sin.:* a descărca. **Am downloadat un video de pe Youtube.**

DRAWBACK, **dráwbac-uri**, *subst. n.* [Pr.: **dróubec**; < engl. **drawback**.] Dezavantaj, parte negativă a ceva (a unei situații, plan, produs). **Singurul drawback al smartpone-ului este că nu se găsesc accesorii.**

DRÉSSING, **dréssinguri**, *subst. n.* [< engl. **dressing**.] 1) *culin.* Sos, de obicei servit rece, care este folosit peste salate, pește și preparate din carne. **Vă propunem rețete de dressing sănătos pentru salate.** 2) Încăpere mică într-o locuință, pentru haine. **Un dressing în stil modern este visul oricărei femei.** 3) Dulap mare în care se depozitează obiectele vestimentare, accesorii etc. **Ușile batante rămân o alegere inspirată pentru un dressing realizat în stil classic.**

EARLY BOOKING, *subst., adj.* [Pr.: **árli búching**; < engl. **early booking**.] 1. *subst. n.* Ofertă care apare uneori și cu un an înaintea debutului unui sezon de vară sau de iarnă, prin intermediul căreia turiștii beneficiază de o reducere de cel mult 30% dacă plătesc integral pachetul turistic. **Early Booking-ul nu ține cont de pandemie.** 2. *adj.* (*despre oferte turistice*) Care se referă la rezervările timpurii. **Profitați de ofertele Early Booking 2021 oferite de agenția noastră.**

ECO-FRIÉNDLY, *adj.* [Pr.: **eco-fréndli**; < engl. **eco-friendly**.] (*despre produse, ambalaje etc.; despre acțiuni, practici*) Care nu este dăunător mediului înconjurător; care duce la un mod de viață sănătos. **Produsele eco-friendly sunt non-toxice, reciclabile și biodegradabile. Persoanele care urmează un stil de viață eco-friendly se ghidează după trei reguli: a reduce, a refolosi și a recicla.**

ECÓNOMY CLASS, *subst. n.* [Pr.: **ecónomi clas**; < engl. **economy class**.] Clasă standard de călătorie disponibilă pe mai multe linii aeriene comerciale și linii de cale ferată, cunoscută ca fiind cu prețul biletului redus. **Biletele la economy class se supun unor condiții mai restrictive.**

EDGE-TO-EDGE, *adj. invar.* [Pr.: **édgi-tu-edgi**; < engl. **edge-to-edge**.] (*despre display-uri*) Care continuă și lateral. **Prefer smartphone-urile cu ecran edge-to-edge.**

ENTERTÁINER, **entertáineri**, *subst. m.* [Pr.: **entătéinăr**; < engl. **entertainer**.] Animator (cântăreț, dansator, comediant etc.), angajat pentru a destinde atmosfera la petreceri. **Ca prezentator și entertainer al Caravanei a fost prezent în mai multe localități.**

FAKE NEWS, *subst. n.* [Pr.: **féic niuz**; < engl. **fake news**.] Informații false difuzate în mass-media, cu scopul de a afecta reputația unei persoane sau entități ori de

a face bani prin venituri din publicitate. **Participantii vor afla cum să abordăm corect un fake news.**

FÁSHION SHOW, *subst. n.* [Pr.: fášn şou; < engl. fashion show.] Eveniment susținut de un designer de modă, care își prezintă colecția nouă de îmbrăcăminte și/ sau să influențeze comunitatea sa de followers pe diferite rețele de socializare (Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, Pinterest, LinkedIn etc.). **Un influencer are milioane de urmăritori în social media.** 2) Lider de opinie cu abilități, carismă, autoritate, responsabilitate, implicare și persuasiune, ce are ca scop răspândirea și amplificarea mesajelor promoționale în numele companiilor și mărcilor, în schimbul unei recompense. **Un influencer pregătește cu atenție o strategie și un plan de publicare și distribuire a conținutului.**

INSÉRT, *insérturi*, *subst. n.* [< engl. insert.] Material publicitar, anunț inclus într-un ziar, într-o revistă etc. **Inserturile din revistă au atras atenția.**

JÉGGINGS, *subst. n.* [Pr.: géghings; < engl. jeggings.] Colanți cu aspect de jeans confecționați din bumbac și elastan. **Jeggings sunt deosebit de confortabili și se mulează cu ușurință pe corp.**

JÓBBER, *jóbbéri*, *subst. m.* [Pr.: gióbăr; < engl. jobber.] (în comerțul internațional) Intermediar care face legătura între exportator și clientul importator. **Jobberii sunt simpli mijlocitori între adevărații cumpărători și vânzători.**

JÓGGING, *subst. n.* [Pr.: gióghing; < engl. jogging.] Alergare ușoară necompetitivă, practică în scopul menținerii formei fizice. **Cred că primăvara și vara este timpul perfect de a practica ciclismul și joggingul.**

JUNK-FOOD, *subst. n.* [Pr.: geánc-fud; < engl. junk food.] Mâncare cu conținut ridicat de calorii, dar cu valori nutriționale reduse, care nu conține suficienți nutrienți valoroși pentru sănătate. **Consumul zilnic de junk-food crează dependență și afectează activitatea cerebrală.**

JÚNK MAIL, *subst. n.* [Pr.: geánc meil; < engl. junk mail.] *tehn. inform.* Mesaj electronic (comercial) nesolicitat, primit în poșta electronică. *Sin.:* spam. **Verifică dacă mesajul a fost arhivat, șters sau marcat ca junk mail.**

KNÓW-HOW, *subst. n.* [Pr.: nóuhau; < engl. know-how.] 1) Ansamblu de informații și de experiențe privind fabricarea unui produs, implementarea unui proces tehnologic nou, a unor utilaje noi. **Conținutul know-how-ului este în continuă transformare.** 2) Cunoștințe de specialitate asupra unui produs sau procedeu de fabricație, a căror dezvăluire către alte persoane nu este permisă fără o autorizare prealabilă. **Noutatea know-how-ului este subiectivă, și ține doar de cunoștințele beneficiarului.**

LÁNDSCAPE DESÍGN, *subst. n.* [Pr.: lándscheip dizáin; < engl. landscape design.] Artă de a amenaja un teren, combinând arhitectura peisajului și designul grădinii. **Landscape design și sisteme de irigare de la compania Terra Firma.**

LÉAFLET, *léaflet-uri*, *subst. n.* [Pr.: liflet; < engl. leaflet.] Publicație cu un număr redus de pagini, care cuprinde informații pentru orientare într-un oraș, într-un muzeu etc. **Au fost elaborate materiale informative sub formă de postere și leaflet-uri.**

LEAK, *leak-uri*, *subst. n.* [Pr.: lik; < engl. leak.] Divulgare, adesea intenționată, a informațiilor secrete pentru a genera publicitate. **Leak-urile sunt noua strategie de marketing a Xiaomi.**

LÍFESTYLE, *subst. n.* [Pr.: láifstail; < engl. lifestyle.] Stil de viață al unui individ în funcție de personalitatea, valorile și atitudinile sale. **Tehnologia e deja parte din lifestyle-ul tău!**

LINK, *linkuri*, *subst. n.* [< engl. link.] *tehn. inform.* 1) Cod sau adresă prin care se conectează fie modulele unui program, fie elementele unei liste dintr-un computer.

A publicat un link pe internet. 2) Abreviere de la hyperlink. Linkul nu poate fi accesat.

LÓCKDOWN, *subst. n.* [Pr.: lócdau; < engl. lockdown.] Ordin oficial emis de guvern prin care se impun anumite restricții populației (carantină, izolare la domiciliu, interzicerea deplasărilor inutile și limitarea interacționării sociale, stoparea activităților în masă, controlul asupra mișcării în spațiul public și a respectării prevederilor) într-o situație periculoasă (epidemie, pandemie, atac, amenințări etc.), cu scopul de a preveni riscurile specifice situației. **Autoritățile ar putea institui din nou lockdown, după ce a fost înregistrată o altă explozie de infectări cu noul virus COVID-19.**

LOOKBOOK, *lookbookuri*, *subst. n.* [Pr.: lúkbuc; < engl. lookbook.] Serie de fotografii create pentru a prezenta modele din noile colecții ale celor mai renumite branduri din lume. **Colecția de debut a fost urmată de deschiderea showroomului și două lookbookuri.**

MADE-TO-MÉASURE, *loc. adj.* [Pr.: meid-tu-méijăr; < engl. made to measure.] (*despre haine, încălțăminte etc.*) Care este confecționat la comandă, folosind un model de bază cu dimensiuni standard; fabricat pe măsură. **Procesul de realizare a unui costum made-to-measure se finalizează prin libertatea de a alege detaliile.**

MÁKE-UP ÁRTIST, *máke-up artiști*, *subst. m.* [Pr.: méic-ap ártist; < engl. make-up artist.] *cosmet.* Specialist profesional care realizează machiajul artiștilor, modelelor, prezentatorilor etc. *Sin.:* machieur. **Make-up artiștii insistă asupra felului în care sunt conturate sprâncenele.**

MÁRKER¹, *márkere*, *subst. n.* [Pr.: márcăr; < engl. marker.] Tip de cariocă specială, diferit colorată și fluorescentă, folosită îndeosebi la sublinierea anumitor pasaje sau cuvinte într-un text. **Studentul își pregătește materialele, cursurile xeroxate, pixurile și markerele.**

MÁRKER², *márkeri*, *subst. m.* [Pr.: márcăr; < engl. marker.] *biol.* 1) Genă mutantă cu efecte fenotipice detectabile, care permite localizarea altor gene. **Medicii au găsit în corpul ei markeri care ar fi putut indica un început de cancer.** 2) Particularitate morfologică care poate permite identificarea corectă a unei funcții biologice, a unei afecțiuni etc. **Savanții au remarcat în sistemul imunitar al omului un marker biologic.** 3) Cromozom diferit de omologul lui datorită unei particularități morfologice. **Originea unor markeri nu a putut fi stabilită.** 4) Factor cu mare frecvență la suferinzii de o anumită afecțiune, care poate duce la identificarea populației bolnave în cadrul populației generale. **Femeile care nu dorm suficient prezintă un nivel mai ridicat al markerilor de inflamație.**

MASS-MÁRKET, *adj.* [< engl. mass-market.] (*despre bunuri etc.*) Care sunt produse pe scară largă pentru un număr semnificativ de consumatori. **În Moldova sunt puține magazine cu branduri mass-market.**

MÍLKSHAKE, *mílkshake-uri*, *subst. n.* [Pr.: mílcșeic; < engl. milkshake.] Băutură rece făcută din lapte, înghețată cu aromă de fructe sau ciocolată, amestecată până devine omogenă. **Putem savura un milkshake la orice oră a zilei.**

MÓUSE PAD, *móuse paduri*, *subst. n.* [Pr.: máus pad; < engl. mouse pad.] *tehn. inform.* Accesorii destinate să asigure o suprafață netedă pe care să se miște facil mouse-ul. **Un mouse fericit este unul care alunecă pe un mouse pad de calitate.**

NÉTWORK, *nétwork-uri*, *subst. n.* [Pr.: nétuorc; < engl. network.] *tehn. inform.* Rețea de comunicare sau de desfășurare/control a unor activități (prin intermediul internetului). **Network-ul se răspândește rapid. ♦ Computer network rețea de calculatoare.**

NEWS ALÉRT, *subst. n. pl.* [Pr.: **niúz alért**; < engl. **news alert**.] Știri de ultimă oră. *Sin.*: breaking news. **News alert în Moldova: au fost confirmate încă 979 de cazuri de infectare cu COVID-19.**

OCR, OCR-uri, *subst. n.* [Pr.: **o-si-ár**; < engl. **O** (ptical) **C** (haracter) **R** (ecognition).] *tehn. inform.* Program special care permite recunoașterea optică a caracterelor și procesarea digitală a documentelor. **OCR este utilizat pe scară largă ca modalitate de extragere a datelor din documentele tipărite, fotografiate sau scanate.**

OFF-RÓAD, off-róaduri, *subst., adj.* [Pr.: **of-róud**; < engl. **off-road**.] **1. subst. n.** Activitatea de a conduce un vehicul pe drumuri sau piste neasfaltate. **Practică off-roadul ocazional. 2. adj. 1) (despre vehicule)** Care este proiectat sau construit pentru a fi folosit pe drumuri sau piste neasfaltate, pe terenuri accidentate. **Mașinile off-road sunt puternice și astfel concepute încât poți să le încerci în condiții extreme. 2) (despre curse auto)** Care se desfășoară pe drumuri sau piste neasfaltate, pe terenuri accidentate. **Curse off-road în circuite închise.**

ÓPEN-MÍNDED, *adj.* [Pr.: **ópăn-máindid**; < engl. **open-minded**.] (*despre persoane*) Care este receptiv la variate idei, argumente, informații noi. **Este un elev mai înțelept, mai sugubă, mai open-minded.**

ÓUTDÓOR, *adj., subst.* [Pr.: **áutdor**; < engl. **outdoor**.] **1. adj. invar.** Care se desfășoară; care se găsește în exterior, în aer liber. **Panourile outdoor sunt luminoase, îndraznețe și-ți fură privirile! 2. subst. n.** Denumire generică pentru afișele și panourile foarte mari amplasate pe clădiri, pe străzile orașelor ori lângă șosele; publicitate stradală. **Rolul outdoor-ului este prezentarea convingătoare a produselor către cumpărător sau utilizator.**

Notă: Articolul a fost realizat în cadrul proiectului de cercetare 20.80009.1606.01 *Valorificarea științifică a patrimoniului lingvistic național în contextul integrării europene*, Institutul de Filologie Română „B. P.-Hasdeu” al MEC.