

# NOMS D'OCCUPATIONS EMPRUNTÉS À L'ANGLAIS DANS LE JARGON ROUMAIN DE LA MODE

Adriana STOICHIȚOIU ICHIM  
Université de Bucarest (Roumanie)

## Abstract

Starting from the premise that the “hospitality” and the dynamics of occupational terminologies in contemporary Romanian are strongly influenced by the process of globalisation, the present paper aims at investigating the impact of English on the so-called “fashion jargon”.

Our contribution, based on a socio-terminological analysis, will approach three categories of recent English borrowings designating professionals, communicators and “amateurs” or consumers, respectively.

Such terms, more or less integrated into the system of Romanian, are motivated by the referential and the persuasive functions fulfilled not only in the jargon of experts, but also in journalese, advertising as well as in bloggers’ discourse online.

**Key-words:** *globalisation, fashion terminology, borrowing, loan translation, semantic relations*

## Résumé

Prenant comme point de départ le postulat que l’«hospitalité» et la dynamique des terminologies occupationnelles en roumain contemporain sont fortement influencées par le processus de mondialisation, le présent article vise à étudier l’impact de l’anglais sur ce qu’on appelle le «jargon de la mode».

Notre analyse abordera dans une perspective socio-terminologique trois catégories d’emprunts récents à l’anglais désignant les professionnels, les communicateurs, respectivement les «amateurs» ou les consommateurs.

De tels termes, plus ou moins adaptés au système du roumain sont motivés par leurs fonctions référentielles et persuasives remplies non seulement dans le jargon des experts, mais aussi dans le discours des journalistes, publicitaires et blogueurs.

**Mots-clés:** *mondialisation, terminologie de la mode, emprunt, calque, relations sémantiques*

1. Malgré le fait que les termes à étymologie française sont ceux qui ont joué tout au long du XIX<sup>e</sup> siècle un rôle décisif dans la modernisation du vocabulaire

roumain de la mode<sup>1</sup>, on assiste depuis trois décennies à une «invasion» d'emprunts à l'anglais qui ont considérablement changé la physionomie du **jargon de la mode vestimentaire** (désormais JMV)<sup>2</sup>. D'ailleurs, le nom même de ce domaine a été «anglicisé» par l'emploi abusif du mot *fashion* au détriment de son équivalent *modă* (< it. *moda*, all. *Mode*, gr. *mòda*, fr. *mode*), consacré depuis longtemps en roumain<sup>3</sup>. La preuve que *fashion* est déjà solidement installé dans le JMV du roumain est constituée par plusieurs syntagmes fréquemment utilisés dans les médias, la publicité et sur Internet : *fashion show*, *fashion victim*, *fashion icon*, *fashion model*, *fashion designer*, *fashion blogger*, *fashion editor*, *fashion terms*<sup>4</sup>.

Il nous paraît important de remarquer que – dans le contexte de la mondialisation terminologique contemporaine – un bon nombre de ces *fashion terms* qui connaissent un grand succès dans le jargon roumain de la mode vestimentaire sont attestés, en tant que «mots à vocation internationale» ou «mots sans frontières»<sup>5</sup>, dans plusieurs langues (y compris le français reconnu pour les politiques linguistiques développées par des organismes spécialisés visant la protection de la langue nationale face au phénomène d'anglicisation<sup>6</sup>).

Bien que la terminologie roumaine de la mode vestimentaire soit constamment enrichie de nouveaux lexèmes et phraséologismes empruntés à l'anglais, la bibliographie linguistique consacrée à ce sujet reste très restreinte<sup>7</sup>.

---

<sup>1</sup> Voir à ce sujet Popescu (2011).

<sup>2</sup> Le terme *jargon* est employé au sens de «code linguistique particulier à un groupe socio-culturel ou professionnel, à une activité, se caractérisant par un lexique spécialisé, qui peut être incompréhensible ou difficilement compréhensible» (<https://www.cnrtl.fr>).

<sup>3</sup> Selon Maillat (2016: 63), *fashion* est un emprunt «lexicophage», qui «dévore» toute une série de synonymes plus précis ou plus nuancés de la langue réceptrice: «*fashion* est un anglicisme terriblement 'tendance' bien qu'apparu pour la première fois en français en 1698, mais pour qualifier la mode anglaise. *Fashion* est issu du français 'façon', lui-même dérivé du latin *facere*, faire [...] Les Anglais l'ont emprunté de nous au XIV<sup>e</sup> siècle. Deux siècles plus tard, le mot adopte une nouvelle signification : manière de s'habiller».

<sup>4</sup> Cf. Berchină (1999: 69): „*Fashion terms* – cuvinte legate de jargonul modei, intraductibile uneori, față de care poți sau nu să iei atitudine, vezi cazul prezentului dicționar” («*Fashion terms* – des mots liés au jargon de la mode, parfois intraduisibles, sur lesquels on peut ou non prendre position, voir le cas de ce dictionnaire»).

<sup>5</sup> Voir Walter (2001 : 329 ; 166) ; Cynarska-Chomicka (2011: 81) constate: «Le lexique de la mode change rapidement. Paris a cessé d'être l'unique capitale de la mode et d'imposer les vocables français. Aujourd'hui, ce sont Londres et New York qui décident quel style sera de rigueur dans la nouvelle saison. L'anglais s'impose fortement aux mass-médias qui présentent les nouveautés du prêt-à-porter et de la haute couture».

<sup>6</sup> Voire Goose (1975 : 50) : «Les promoteurs des anglicismes, trouvent les termes français soit usés, soit chargés de trop de sens, soit moins nobles, proposent des termes anglais considérés comme neufs, vierges, univoques, plus nets aussi qu'une périphrase».

<sup>7</sup> Stoichițoiu Ichim (2007), (2008a) (2017), (2018a), Săndoi (2011). Parmi les ouvrages lexicographiques roumains qui reflètent l'anglicisation du JMV, on peut citer DCR<sub>3</sub> (qui répertorie une trentaine d'emprunts récents dont la forme reste inchangée) et un dictionnaire encyclopédique (Berchină 1999) dont le titre („*Moda pe înțelesul tuturor*” / «La mode à la portée de tous») met en évidence l'intérêt du grand public de non-initiés par rapport au lexique actuel de la mode vestimentaire.

2. Dans ce contexte, l'approche que nous proposons porte sur **les noms d'occupations (désormais NO) appartenant au JMV, empruntés à l'anglais (britannique et américain)**.

Le corpus analysé a été extrait de la dernière décennie de la presse roumaine écrite, audio-visuelle ou en ligne (magazines féminins et revues de mode), des sites / blogs spécialisés sur Internet et des dictionnaires de mots récents<sup>8</sup>.

Dans ce qui suit, le terme **ocupație** (< fr. *occupation*, lat. *occupatio*, *-onis*<sup>9</sup>) désigne – au sens le plus large – toute activité à laquelle on consacre son temps en tant que professionnel ou amateur<sup>10</sup>. Etant donnée la difficulté de faire une distinction tranchée en synchronie entre *xénisme*, *pérégrinisme* et *emprunt*<sup>11</sup>, les NO d'origine anglaise seront considérés comme des **anglicismes**, au sens consacré du terme, *i.e.* celui de mot ou phraséologisme anglo-américain utilisé sans être tout à fait intégré à la langue réceptrice<sup>12</sup>.

Leur grande fréquence dans le JMV s'explique – outre le caractère extrêmement accueillant («hospitalier»<sup>13</sup>) du roumain – par le rôle de *lingua franca* joué par l'anglais dans le contexte de la mondialisation technologique, économique et culturelle<sup>14</sup>. Rappelons aussi que les spécialistes et les professionnels des médias, qui servent de modèles pour le grand public, utilisent la plupart du temps des informations qu'ils reçoivent – via Internet – en anglais. Enfin, l'anglicisation du JMV – en roumain, tout comme en français – est favorisée par les avantages linguistiques de l'anglais (caractère plus synthétique par rapport aux langues romanes, vocabulaire «cosmopolite», dans lequel on peut reconnaître de nombreux mots français enrichis avec des sens développés en anglais<sup>15</sup>, et – *last, but not least* – absence du genre grammatical).

Parmi les motivations subjectives, on peut mentionner la soumission au «mythe du mot étranger»<sup>16</sup>, le mimétisme, la commodité et surtout le soi-disant «snobisme moutonnier»<sup>17</sup> des professionnels de la mode et des journalistes.

<sup>8</sup> Pour une analyse plus compréhensible de l'influence anglaise sur la terminologie professionnelle, voir Stoichițoiu Ichim (2019), (2020).

<sup>9</sup> Selon DEX – 2009 (<https://dexonline.ro>).

<sup>10</sup> Parmi les synonymes enregistrés en français pour le mot *occupation*, on trouve : *emploi, profession, métier, travail, fonction, loisir, passe-temps, hobby* (<https://dictionnaire.lerobert.com>).

<sup>11</sup> Cf. Guilbert (1975 : 92-93).

<sup>12</sup> Pour cette acception du mot *anglicisme* voir, entre autres, Avram (1997), Constantinescu *et aliae* (2002), Stoichițoiu Ichim (2006a), (2018a), Goosse (1975), Cynarska-Chomicka (2011), Maillet (2016).

<sup>13</sup> Pour le concept d'«hospitalité», cf. Avram (1993 : 23).

<sup>14</sup> Voir Crystal (2000), Stoichițoiu Ichim (2004).

<sup>15</sup> Cf. Costăchescu (2011).

<sup>16</sup> Cf. Étiemble (1964: 254) ; dans cette optique, nous retenons l'opinion de Berchină (1999: 60): „Atinse de un snobism postrevoluționar, numai pe malurile Dâmboviței, unele croitorese și uneori nici măcar atât, nu-și mai pot spune altfel decât *designer*”. («Touchées par un snobisme postrévolutionnaire [rencontré] uniquement sur les rives de la Dâmbovița, quelques couturières et parfois même pas ça ne peuvent s'appeler que *designers*»).

**3. Du point de vue onomasiologique** (selon le domaine d'activité et le type d'occupation), nous considérons que les NO constituent un champ lexico-sémantique comportant trois classes paradigmatiques désignant:

**3.1.** des professionnels ou des praticiens de la mode vestimentaire: *designer; stylist / stilist, personal shopper, fashion buyer; model, top model, supermodel, fotomodel;*

**3.2.** des communicateurs dans le domaine de la mode à travers les médias, les blogues, les sites spécialisés: *fashion editor, fashion PR; fashion influencer, fashion blogger; trendsetter, fashion icon;*

**3.3** des amateurs / consommateurs passionnés par la mode vestimentaire: *fashionista, fashion victim, fashion addict.*

**4. L'approche socio-terminologique** nous permettra de mettre en évidence d'une part la spécificité des NO empruntés à l'anglais dans leur fonctionnement discursif (en tant que **néonymes**) et, d'autre part, de suivre le processus de leur vulgarisation et extension dans la direction de la langue commune (en tant que **néologismes**)<sup>18</sup>.

Les **néonymes** font partie du technoclecte utilisé par les professionnels de la mode afin de combler des lacunes lexicales ou pour nommer par des unités terminologiques monoréférentielles, monosémiques et économiques de nouvelles occupations pour lesquelles le roumain ne dispose pas d'un terme adéquat. Parallèlement à leur fonction utilitaire (technique), les néonymes remplissent une fonction identitaire, puisque tout jargon assure la cohésion et l'individualité du groupe professionnel en introduisant une «complicité» par le langage.

Étant données les motivations objectives de leur emploi, les néonymes de la terminologie occupationnelle sont perçus comme des emprunts «nécessaires»<sup>19</sup> ou «légitimes»<sup>20</sup>. Outre l'existence d'une définition terminographique (plus précise et plus rigoureuse que celle existant dans les dictionnaires de néologismes), les néonymes se caractérisent par l'absence (ou la très faible présence) de la polysémie et de la synonymie.

**5. Du point de vue linguistique**, les néonymes qui se retrouvent dans notre corpus peuvent être analysés selon plusieurs critères.

- Selon leur *structure*, on distingue des emprunts lexicaux simples (*designer*), dérivés (*fashionista*) ou composés (*trendsetter*) vs. emprunts syntagmatiques ou polylexicaux (*top model, fashion icon*).

---

<sup>17</sup> Cf. Maillat (2016 : 91).

<sup>18</sup> Pour la distinction entre *néonyme* et *néologisme*, voir Dincă (2008: 76): «Si les néonymes répondent à une nécessité d'ordre terminologique, imposée par les nouvelles réalités, les néologismes sont un moyen d'enrichissement et de modernisation du vocabulaire».

<sup>19</sup> Pour plusieurs précisions sur l'opposition entre emprunts «nécessaires» et emprunts «de luxe», voir, entre autres, Constantinescu *et aliae* (2002: 172) et Stoichițoiu Ichim (2006a: 199 – 201), (2019).

<sup>20</sup> Cf. Maillat (2016: 12).

- En ce qui concerne l'*étymologie*, on peut remarquer des emprunts à étymologie uniquement anglaise (*blogger, trendsetter, personal shopper*) ou à étymologie multiple anglaise et française (*designer, supermodel, fotomodel*) ou anglaise et italienne (*top-model*).

En dehors des emprunts, une analyse étymologique mettra en évidence deux classes de *calques*<sup>21</sup>:

- sémantiques (appelés aussi emprunts de sens), quand des mots déjà existants en roumain ont enrichi leur contenu sous l'influence d'un terme étranger correspondant : *model, stilist* ;

- phraséologiques, qui traduisent en intégralité ou partiellement des syntagmes anglaises : *victimă a modei* (d'après *fashion victim*), *blogger de modă* (d'après *fashion blogger*).

À part les différents types de calques et des innovations sémantiques, la «*créativité*» du roumain<sup>22</sup> est mise en évidence par les dérivés «hybrides», forgés à partir des bases empruntées à l'anglais par l'adjonction des suffixes féminins *-ă* (*designeră, influențeră*) ou *-iță* (*trendsetteriță, bloggeriță*)<sup>23</sup>. Il s'agit dans ces cas de néonymes «banalisés» ou vulgarisés, qui ont perdu en partie leur caractère spécialisé en entrant dans le discours des médias et dans le langage courant des non-spécialistes.

6. A partir des trois classes établies selon le critère onomasiologique (voir supra §3), nous tenterons ci-dessous de mettre en évidence dans un premier temps la spécificité des néonymes par rapport aux néologismes et, dans un deuxième temps, les relations de sens entre les unités lexicales appartenant à chaque sous-classe (paradigme), tenant compte du fait que la signification d'un mot dépend en partie de sa relation avec d'autres lexèmes du même ensemble conceptuel.

6.1. Dans la première classe on trouve des NO désignant les créateurs spécialisés dans le design vestimentaire, les conseillers mode et les personnes chargées de présenter les collections des couturiers.

6.1.1. Dans la communication non-spécialisée, le syntagme **creator / -toare de modă** (calqué sur le fr. *créateur / -trice de mode*) est d'emploi générique pour nommer les professionnels qui conçoivent (et produisent parfois) des modèles originaux de vêtements et d'accessoires. En tant qu'hyperonyme il peut remplacer en roumain ses hyponymes spécialisés (*designer vestimentar* et *stilist*), comme il apparaît avec évidence dans un article de tabloïd consacré à Adina Buzatu, désignée alternativement par les trois NO : „*creatoarea de modă A.B.*” («la créatrice de

<sup>21</sup> Pour une analyse plus approfondie au sujet de calques sur l'anglais, cf. Stoichițoiu Ichim (2006a: 69-93).

<sup>22</sup> Voir Avram (1993: 26): «La créativité du roumain se manifeste également par l'intégration des emprunts [...] et par leur utilisation ultérieure en tant qu'éléments propres dans les formations nouvelles [...]».

<sup>23</sup> L'hybride lexical est un néologisme issu d'une hybridation qui combine les mécanismes de dérivation et de l'emprunt. Voir à cet égard Stoichițoiu Ichim (2018b), (2020 : 330-331).

mode A.B.»); „A.B., cel mai cunoscut *stilst* român specializat în vestimentația masculină” («A.B., le plus connu styliste roumain spécialisé dans les vêtements pour hommes»); „celebrul *designer vestimentar* și patroana magazinului 'Trends by A.B.’” («le célèbre designer vestimentaire et la propriétaire du magasin 'Trends by A.B.’») (<https://evs.ro>, publié le 10.06.2021).

• En nous référant au néonyme **designer vestimentar**, largement utilisé par les spécialistes roumains de la mode, on retient d’abord qu’il est un exemple de normalisation et standardisation terminologique, puisqu’il figure dans la nomenclature officielle des professions *Clasificarea ocupațiilor din România – COR 2021*, dans la catégorie „*designeri* produse și îmbrăcăminte” («designers de produits et de vêtements»).

Les syntagmes *designer vestimentar* et *design vestimentar* sont utilisés, en conséquence, dans les publicités via Internet pour des cours de formation professionnelle : „Curs de *design vestimentar*” («Cours de design vestimentaire») ([institutuldemoda.ro](http://institutuldemoda.ro)); „Vitrina cu Meserii prezintă Meseria de *Designer Vestimentar*” («La Vitrine des Métiers présente le Métier de Designer Vestimentaire») (<https://www.blogintandem.ro>); „Curs *Designer Vestimentar – Andreea Țincu*” («Cours de Designer Vestimentaire – Andreea Țincu») (<https://www.andreeatincu.com>).

Pour ce qui est de l’étymologie, on peut affirmer que le syntagme en question est formé sur le terrain de la langue roumaine, à partir d’un anglicisme polysémantique<sup>24</sup> désambiguïsé par l’adjonction de l’adjectif *vestimentar* (< fr. *vestimentaire* «relatif aux vêtements»), qui réalise la restriction et la spécialisation du sens. Le sens de *designer vestimentar* peut être interprété comme un calque sémantique d’après l’anglais *fashion designer*<sup>25</sup> ou le français *styliste (de mode)*<sup>26</sup>. Pour le néonyme en train de se banaliser (d’intégrer le langage commun), on peut citer des définitions qui se placent entre définitions terminographiques et lexicographiques : „*Designer vestimentar* – specialist în domeniul creației vestimentare, desenator și proiectant de modele, bun cunoscător al tehnologiilor de execuție. Arhitect, inginer, sculptor și pictor de haine. Într-un cuvânt, un artist care are știința de a le face” («*Designer vestimentaire* – spécialiste dans le domaine de la création vestimentaire, dessinateur et modéliste, bon connaisseur des technologies

<sup>24</sup> «Un *designer* (parfois francisé en *designneur*, féminin *designneuse*) est un professionnel qui conçoit un produit en harmonisant les critères esthétiques et fonctionnels de celui-ci [...] Certains *designers* sont pluridisciplinaires, d’autres sont spécialisés dans un domaine spécialisé» (<https://fr.m.wikipedia.org>).

<sup>25</sup> Cf. <https://en.m.wikipedia.org>: „*Fashion designers* attempt to design clothes which are functional as well as aesthetically pleasing”.

<sup>26</sup> Cf. <https://fr.m.wikipedia.org>: «Un *styliste* ou *créateur de mode* est une personne chargée de dessiner un ou plusieurs vêtements (pour alors former une collection); il effectue du stylisme [...]». Les dénominations *styliste* et *stylicien* ont été proposées comme substituts [de l’anglicisme *designer*] en français dans les années 80-90.

d'exécution. Architecte, ingénieur, sculpteur et peintre de vêtements. En un seul mot, un artiste qui a le savoir pour les faire») (Berchină 1999 : 62).

Dans le discours des médias le terme-syntagme apparaît rarement sous sa forme complète (déterminé + déterminant)<sup>27</sup> d'emprunt ou de demi-calque: „Iată comentariile făcute de celebrul *fashion designer* [Iulia Albu]” («Voilà les commentaires faits par le célèbre fashion designer») (playtech.ro – publié le 8.06.2021); „*Designerul vestimentar* [Romanița Iovan] s-a relaxat în Grecia” («Le designer vestimentaire s'est détendue en Grèce») (<https://m.click.ro>, publié le 1.08.2021).

Dans le discours journalistique sur la mode vestimentaire, l'usage très répandu et régulier du lexème *designer* sans aucun déterminant dénote la **désambiguïisation** et la **vulgarisation** du néonyme:

„Blugii lejeri sunt vedetele acestui sezon datorită unor *designeri* precum Balenciaga sau Victoria Beckham” («Les jeans légers sont les vedettes de cette saison, grâce à des designers tels Balenciaga ou Victoria Beckham») (eva.ro, consulté le 7.06.2021); „*Designer-ul* român care le-a îmbrăcat pe Lady Gaga și Rihanna, Ingrid Vlasov...” («Le designer roumain qui a habillé Lady Gaga et Rihanna, Ingrid Vlasov...») (<https://evz.ro>, consulté le 3.06.2021).

6.1.2. La deuxième sous-classe comprend des noms attribués dans le JMV aux professionnels impliqués dans des activités de «fashion consulting»<sup>28</sup>. Aucun de ces termes n'est pas répertorié dans la COR 2021 où l'on trouve, néanmoins, les syntagmes *coafor stilist* («coiffeur styliste»), *stilist extensii de păr* («styliste spécialisé en extensions de cheveux») et *stilist protezist de unghii* («styliste spécialisé en prothèses d'ongles»).

• De ce point de vue, un cas particulièrement intéressant est celui du mot roumain polysémantique **stilist** (<fr. *styliste*), enregistré en dexonline.ro, parmi autres sens, avec celui de „creator de modă” («créateur de mode»).

Faute d'une définition explicite du lexème *stilist*, les contextes cités dans le DCR<sub>3</sub>: 496, présentent celui-ci comme équivalent de *créateur* et / ou *consultant vestimentaire*.

Dans le JMV, le roum. *stilist* / -ă est un exemple de mot d'origine française enrichi sémantiquement par l'anglais. À la différence du lexème *styliste* qui se trouve en concurrence synonymique en français avec *créateur* ou *designer* /

<sup>27</sup> La présence du déterminant est absolument nécessaire lorsque le domaine de référence est différent de celui de la mode vestimentaire: „*designerul de încălțăminte* Mihai Albu” («le designer de chaussures») (<https://m.click.ro>, consulté le 10.06.2021); „Armina Popeanu, designer de genți” («Armina Popeanu, *designer* de sacs à mains») (eva.ro, consulté le 3.06.2021).

<sup>28</sup> «Fashion consultant (often intermixed with the terms image consultants or personal stylists) are artistic, individuals who offer expert advice and make recommendation to people or companies about how to expand and develop a wardrobe that promotes their social and public image» (<https://www.theartcareerproject.com>, consulté le 6.08.2021).

*designeur de mode* (cf. *supra*, la note 26), l'acception spécialisée du mot roumain est un calque sémantique d'après l'anglais *stylist*<sup>29</sup>. Afin d'éviter les possibles confusions engendrées par les définitions lexicographiques, les spécialistes ont établi des définitions terminographiques plus rigoureuses et efficaces: „*Designerul vestimentar creează îmbrăcăminte [...]. Produsul final al unui designer vestimentar este îmbrăcăminte în sine*” («Le designer vestimentaire crée des vêtements [...]. Le produit final d'un designer vestimentaire est le vêtement en soi»); „*Stilistul vestimentar este acea persoană care alege îmbrăcăminte și / sau accesoriile pentru o reclamă sau un editorial de modă [...]*” («Le styliste vestimentaire est la personne qui choisit les vêtements et / ou les accessoires pour une publicité ou un éditorial de mode [...]») (institutuldemodă.ro, publié le 15.01.2020). Selon Berchină (1999 : 113), *stilistul* est „un specialist în selectarea și armonizarea produselor vestimentare, a accesoriilor, a machiajului și a coafurii în vederea obținerii unui look personalizat” («Le styliste est un spécialiste de la sélection et de l'harmonisation des produits vestimentaires, des accessoires, du maquillage et de la coiffure afin d'obtenir un look personnalisé»).

Dans le discours journalistique et publicitaire, le terme *stilist* semble solidement installé avec le sens de «conseiller/ère mode»: „Alege să te îmbraci trendy cu ajutorul stilistului Adina Buzatu” («Choisis de t'habiller trendy avec l'aide du styliste Adina Buzatu») (<https://www.elle.ro>, publié le 20.04.2021); „Cristina Stoica, *stilist vestimentar* și coordonator imagine analizează stilul vestimentar al primarului sectorului 4, Daniel Băluță» («Cristina Stoica, styliste vestimentaire et coordonateur d'image analyse le style vestimentaire du maire du 4<sup>e</sup> secteur, Daniel Băluță») (m.dcnnews.ro, publié le 12.10.2020 ; „Andreea Raicu e *stilist personal* pe Facebook” («Andreea Raicu est styliste personnel sur Facebook») (<https://www.fashionpeople.ro>, consulté le 5.08.2021).

• Récemment emprunté par le jargon roumain de la mode, le syntagme anglais **personal shopper** (qui n'est enregistré dans aucun dictionnaire du roumain), appartient au technolecte des spécialistes. Il est utilisé avec l'orthographe et le sens<sup>30</sup> de la langue d'origine: „Dacă lucrezi într-un domeniu în care ai contact cu diverși clienți, ești business woman și vrei să-ți îmbunătățești imaginea, *personal shopper* te va ajuta cu sfaturi și idei de stil” («Si tu travailles dans un domaine où tu as des contacts avec divers clients et tu souhaites améliorer ton image, le personal

<sup>29</sup> "A stylist co-ordinates the clothes, jewelry and accessories used in fashion photography and catwalk presentation. A stylist may also work with an individual client to design a coordinated wardrobe or garments. Many stylists are trained in fashion design" (<https://en.m.wikipedia.org>). Occasionnellement, on peut rencontrer en roumain le syntagme anglais: „Dana Tacea, *fashion stylist*” (<https://m.facebook.com>, consulté le 6.08.2021).

<sup>30</sup> "Personal shoppers provide advice, guidance and buying services to customers. They have an advanced knowledge of products, trends and services and become trusted consultants for each customer" (jobhero.com, consulté le 5.08.2021).

shopper t'aidera avec des conseils et des idées de style») (<https://stil.acasa.ro>, consulté le 11.05.2021).

- L'anglicisme **buyer** (qui représente la forme abrégée du syntagme **fashion buyer**<sup>31</sup>) appartient à la fois au JMV et à la terminologie commerciale. Il est attesté dans un article sur les nouvelles professions liées à la mode : „Nu vom mai vorbi atunci când vine vorba de fashion, strict despre editori, designeri, buyer-i [*sic*], stilști, fotografi, ci și de alte meserii” («Quand il s'agira de fashion, on ne parlera pas seulement d'éditeurs, designers, buyers, stylistes, photographes, mais aussi d'autres six métiers») (<https://life.ro>, publié le 17.11.2016).

6.1.3. Les anglicismes réunis dans la troisième sous-classe désignent des NO liés aux domaines du mannequinat et du modeling. Ils ne sont pas enregistrés dans la COR 2021, où l'on trouve pourtant *manechin* («mannequin») (code 524101), *model-atelier artistic și publicitate* («modèle-atelier artistique et publicité») (code 524102) et *prezentator modă* («présentateur de mode») (code 524103).

- Bien qu'il soit emprunté à des langues romanes, le néologisme roumain **modél** (< fr. *modèle*, it. *modello* – cf. [dexonline.ro](http://dexonline.ro)) est souvent employé (sous l'influence de l'anglais *módel*<sup>32</sup>) comme synonyme du lexème *manechin* (< fr. *mannequin*), consacré depuis longtemps dans le discours roumain sur la mode : „Modeling – activitate pe care o desfășoară un model sau activitatea de pregătire a cuiva pentru a deveni *model (manechin)*” («Modeling – l'activité exercée par un modèle ou l'activité de préparer quelqu'un à devenir modèle (mannequin)») (Berchină 1999 : 90) ; „În perioada comunistă, a fi *manechin* sau *model* era o meserie” («Pendant la période communiste être mannequin ou modèle était un métier») (<https://okmagazine.ro>, publié le 12.06.2020). D'ailleurs, il est à noter qu'en roumain, tout comme en français, les significations des emprunts à l'anglais se superposent.

Il est évident que l'identité au niveau du sens et de l'orthographe entre le roumain *model* et son équivalent anglais a facilité l'assimilation phonétique des anglicismes qui ont connu un déplacement d'accent : *top-modél*, *supermodél*, *fotomodél*. En ce qui concerne leur intégration morphologique, nous avons affaire à une exception aux normes de la langue roumaine, puisque le genre grammatical assigné – le neutre – est celui des mots roumains *model* et *manechin*, dont la plupart des sens renvoient à des entités non-sexuées.

Une étude comparative des acceptions données aux anglicismes en question dans le discours des spécialistes vs la communication courante mettra en évidence,

<sup>31</sup> "Fashion buyer – a person employed to select and purchase clothes and accessories for a large retail store to stock" ([lexico.com](http://lexico.com), consulté le 5.08.2012).

<sup>32</sup> Voir la définition de *fashion model*: "A person who wears clothes so that they can be photographed or shown to possible buyers, or a person who is employed to be photographed or painted" (<https://dictionary.cambridge.org>).

dans les médias et le langage commun, l'absence d'une délimitation stricte entre les termes dont les significations se superposent et l'usage du lexème *model* en tant que hyperonyme: „*super-modelul* Heidi Klum a suferit pentru Germania” («Le super-modèle Heidi Klum a souffert pour l'Allemagne»); „Heidi Klum, una [sic] dintre cele mai apreciate *modele* din istorie este și o împătimită a fotbalului” («Heidi Klum, l'un des modèles les plus appréciés de l'histoire est aussi une fanatique du football»); „Heidi Klum a fost primul *fotomodel* din Germania care a pătruns în elita fotomodelilor din întreaga lume” («Heidi Klum a été le premier photomodèle qui est entré dans l'élite des photomodèles du monde entier») (<https://m.ziare.com>, publié le 16.06.2021). De la même manière, le même article présente Jessica Goicoechea comme „cel mai sexy *fotomodel* spaniol de pe Instagram” («le plus sexy photomodèle espagnol sur Instagram») ou „*top-model* născut în Barcelona” («le top-modèle né à Barcelona») (<https://m.ziare.com>, publié le 10.05.2021).

Pour les professionnels de la mode, la spécialisation sémantique par rapport aux activités spécifiques apparaît avec évidence dans les définitions terminographiques des néonymes suivants.

• **Top-modél** (ou, selon la graphie anglaise *top model*) est enregistré dans le DCR<sub>3</sub>: 538-539 avec une double étymologie (< angl. *top model*, cf. it. *top-model*). Ses équivalents français sont le calque phraséologique «suprême mannequin» (<https://fr.m.wiktionary.org>) ou le syntagme «mannequin vedette» (<https://fr.m.wikipedia.org>). Le terme lui-même est considéré une invention américaine<sup>33</sup> pour préciser le statut du top-modèle par rapport aux autres modèles: «Les 'top models' sont l'élite des mannequins, c'est-à-dire les plus demandés et les mieux payés pour les défilés et les parutions presse [...] Ils travaillent pour les stylistes ou des maisons de mode très réputés, tels Chanel ou Dior, par exemple, et font les couvertures des magazines de mode dans le monde entier» (<https://fr.w.wikipedia.org> –consulté le 6.08.2021).

En roumain le terme est utilisé avec sa valeur technique de néonyme dans des articles consacrés par les médias à des mannequins à forte réputation internationale, tandis que dans la publicité il est privilégié pour sa fonction valorisante qui assure d'«effet vendeur supposé» grâce aux connotations de prestige associées aux anglicismes<sup>34</sup>.

Voici un exemple tiré de la presse pour illustrer la première situation mentionnée: „*Top-model* român, câștigă 1 milion de dolari anual”; „O craioveancă săracă [Diana Dandoe]...ajunge *top-model* la Paris” ([«Top-modèle roumain gagne

<sup>33</sup> Voir Berchină (1999: 40): „În 1972, agenția Elite, creată de John Casablanca a introdus conceptul de *top model*, ridicând mult cota modelelor consacrate” («En 1972, l'agence Elite, créée par John Casablanca a introduit le concept top modèle, en augmentant beaucoup la valeur des modèles consacrés»).

<sup>34</sup> Cf. Constantinescu *et aliae* (2002: 172); Prouvost; Sablayrolles (2003: 79-82); Stoichițoiu Ichim 2020.

1 million dollars annuellement» ; «Une femme pauvre de Craiova devient top-modèle à Paris»] (m.hotnews.ro, publié le 27.08.2004).

Le but de manipuler le public ciblé est mis en évidence par le nom d'une marque commerciale qui n'a aucune relation avec le domaine de la mode. Parmi les «produits Top Model» on trouve : „Set papetărie *Top Model*” («Ensemble de papeterie Top Model») ; „Penar *Top Model*” («Boîte à Crayons Top Model») ; „Creioane colorate *Top Model*” («Crayons de couleur Top Model») ; „Carte de colorat *Top Model*” («Livre de coloriage Top Model»), etc.

Un autre exemple est le nom de l'émission-concours tv „Next *Top Model* by Cătălin Botezatu” (qui copie le format du show "America's Next Top Model"). Le but déclaré de son réalisateur est „căutarea următorului *top model* de succes al României” («la recherche du futur top modèle de succès de la Roumanie») (<https://www.liberatatea.ro>, publié le 15.09.2011).

- **Supermodél** figure dans le DCR<sub>3</sub> : 507 comme emprunt à l'anglais avec le sens „model extrem de celebru” («modèle extrêmement célèbre»). Des informations de type encyclopédique précisent que leur histoire débute après le milieu des années 1980, en définissant un statut supérieur à celui de *top model* : «Les *supermodels* sont un groupe de top models qui rencontrent une popularité allant bien au-delà du domaine de mannequinat et de la mode dans les années 1990» (<https://fr.m.wikipedia.org>).

L'anglicisme est utilisé dans le discours journalistique : „Un *supermodel* român care face furori în străinătate ! Irina, prietenă la cataramă cu Victoria Beckham” («Un supermodèle roumain qui fait des vagues à l'étranger ! Irina, amie très proche de Victoria Beckham») (<https://www.cancan.ro>, publié le 22.02.2012).

- **Fotomodel** est répertorié dans le DCR<sub>3</sub> : 253, à double étymologie (fr. *photomodèle*, angl. *photomodel*). Le sens indiqué par la définition lexicographique – „model care pozează pentru fotografii” («modèle posant pour les photographes») – est rencontré dans les médias et la publicité : „Prostituate de lux sub paravanul unei agenții de *fotomodele*” («Des prostituées de luxe cachées sous le nom d'une agence de publicité») (<https://www.mediafax.ro>, publié le 10.11.2010) ; „Vrei să fii *fotomodel* în Iași ? Căutăm modele femei și bărbați !” («Veux-tu devenir photomodèle à Iași ? Nous cherchons des modèles femme et hommes !») (<https://www.adrianmoisei.ro>, consulté le 6.08.2012).

**6.2.** Dans la deuxième classe, on trouve des anglicismes qui désignent dans le JMV à part les professionnels de la communication journalistique et institutionnelle, des créateurs de contenu sur les réseaux sociaux et des personnages en vue sur la scène publique.

• Le syntagme anglais **fashion editor**<sup>35</sup> est utilisé tel quel dans les médias roumains pour nommer les spécialistes dans le domaine du „fashion journalism” : „Maurice Munteanu, *fashion editor* ELLE vorbește despre provocările meseriei de stilist” («Maurice Munteanu, fashion éditeur ELLE parle à propos de défis du métier de styliste») (<https://www.elle.ro>, publié le 27.08.2012).

Outre le néonyme emprunté, on peut retenir un demi-calque : „Cum poti deveni *editor de fashion* ?” («Comment peut-on devenir fashion éditeur ?») (<https://ro-ro.facebook.com> consulté le 7.08.2021) ainsi qu'un calque phraséologique total: „Emmanuelle Alt este *editor de modă în Franța*” («Emmanuelle Alt est éditeur de mode en France») (<https://www.elle.ro>, consulté le 7.08.2021).

• Dans le domaine des relations publiques, on trouve le syntagme **fashion PR**<sup>36</sup> : „75 de joburi *Fashion PR* în România” («75 jobs de Fashion PR en Roumanie») (<https://ro.linkedin.com>, consulté le 7/08.2021) ; „Un job pe care puțini și-l doresc, însă pe care mulți îl adoră : *fashion PR*” («Un job que peu de personnes veulent, mais que beaucoup adorent : fashion PR») (<https://teaparty-editor.blogspot.com>, consulté le 7.08.2021).

• L'anglicisme **fashion blogger** désigne<sup>37</sup> un blogueur ou une blogueuse qui partage sur son blog des conseils, des tutoriels et des articles thématiques en matière de mode : „Cunoscutul *fashion blogger* român Carmen Negoită ne spune care vor fi trendurile în modă în viitorul sezon toamnă-iarnă 2014-2015” («Carmen Negoită, le bien connu blogueur mode roumain nous dit quelles sont les tendances de la mode à la prochaine saison automne-hiver 2014-2015»

(<https://www.agentiadepresamondena.com>, publié le 24.04.2014).

Il faut cependant remarquer que le syntagme emprunté à l'anglais est en concurrence synonymique avec ses équivalents roumains calqués, considérés plus accessibles pour les non-spécialistes : „10 *bloggeri de modă* din România pe care trebuie să-i urmărești” («10 blogueurs mode de Roumanie à suivre») (<https://www.elle.ro>, publié le 19.05.2014) ; „*Bloggerițele de modă* de la noi și-au construit adevărate branduri personale” («Les blogueuses mode de chez nous ont construit de vrais marques personnelles») ([www.verdict.ro](http://www.verdict.ro), consulté le 15.07.2021).

---

<sup>35</sup> "A fashion editor is a person that supervises the process of creating, developing and presenting content for the fashion department of a magazine, Web site, newspaper or television program" (<https://en.m.wikipedia.org>).

<sup>36</sup> "Fashion PR professionals assist brands with understanding and then promoting not just the clothing itself, but the emotional benefits of what the clothing represents" (<https://www.prcouture.com>, consulté le 7.08.2021).

<sup>37</sup> Pour plus de détails sur l'anglicisme *blog* en roumain, voir DCR<sub>3</sub> : 100; Zafiu (2007).

• Même si l'anglicisme **influencer**<sup>38</sup> n'a pas fait son entrée en dexonline.ro ou dans le DCR<sub>3</sub>, il est largement utilisé sur les réseaux sociaux et dans les médias au sens de «leader d'opinion». Grâce à leur notoriété sur Internet, les influenceurs spécialisés promeuvent sur leur compte personnel des marques et leurs produits. On retrouve, dans ce cas, la même concurrence synonymique entre le syntagme anglais et ses demi-calques phraséologiques: „Top 15 *fashion influenceri* români care sunt 'la modă' acum” («Top 15 influenceurs roumains, qui sont 'en vogue' actuellement») (<https://www.bani-online.ro>, publié le 24.07.2020) ; „Kate Middleton a fost numită cel mai popular *influencer de modă* din Marea Britanie” («Kate Middleton a été désignée l'influenceur mode le plus populaire en Grande Bretagne» (eva.ro, consulté le 6.05.2021).

• L'anglicisme **trendsetter**<sup>39</sup>, enregistré dans le DCR<sub>3</sub> : 545 avec le sens „cel care impune tendințele” («celui qui impose les tendances»), est largement utilisé dans le JMV : „*Trendsetter*-ul este persoana care creează un nou trend sau este prima care adoptă un stil, accesorii sau un element vestimentar” («Le trendsetter est la personne qui crée une nouvelle tendance ou est la première à adopter un style, des accessoires ou un élément vestimentaire») (<https://www.stilmasculin.ro>, publié le 12.09.2010) ; „Dacă vrei să fii o *trend-setter* în toată regula, trebuie neapărat să știi că în acest sezon se poartă aplicațiile !” («Si tu veux être une trend-setter à part entière, c'est essentiel de savoir que cette saison les applications sont à la mode») (<https://www.feminins.ro>, publié le 25.06.2013).

• Avec son sens très proche d'*influencer* et de *trendsetter*, on emploie dans le JMV le syntagme **fashion icon**<sup>40</sup> (qui n'est pas répertorié dans le DCR<sub>3</sub>) : „Cum poți deveni *fashion icon* accidental după vârsta de 60 de ani sau cum a reușit Lyn Slater să cucerească Instagramul și să fie *trendsetter* în atitudine și modă pentru generații” («Comment peut-on devenir accidentellement faiseur de tendances après l'âge de 60 ans ou comment Lyn a réussi à conquérir l'Instagram et à devenir faiseur de tendances d'attitude et de mode pour des générations») (<https://insociety.ro>, consulté le 14.07.2021).

**6.3.** Bien qu'ils ne désignent précisément des occupations au sens consacré du terme, les anglicismes qui figurent dans la troisième catégorie de notre classification bénéficient d'une large diffusion dans les médias et sur Internet. À noter que les deux termes sont légèrement péjoratifs.

<sup>38</sup> "A person who is paid by a company to show and describe its products and services on social media, encouraging other people to buy them" (<https://dictionary.cambridge.org>).

<sup>39</sup> "A person, organization, etc. that starts new fashions, especially in clothes" (<https://dictionary.cambridge.org>). Cf. Săndoi (2011: 353-354).

<sup>40</sup> "Fashion icon are influential people who introduce new styles which spread throughout fashion culture and become part of fashion. They initiate a new style which others may follow" (<https://en.m.wikipedia.org>). Cf. Săndoi (2011: 351-352).

• Enregistré dans le DCR<sub>3</sub> : 235 avec deux sens, l'anglicisme **fashionista**<sup>41</sup> est rarement utilisé comme synonyme de *stilist* ou de *designer* : „Când le-a venit rândul să comenteze o ținută de-ale Lidiei Buble, cei doi *fashioniști* [Cătălin Botezatu și Raluca Bădulescu] au avut numai cuvinte de laudă” («Quand c'était leur tour de commenter une tenue de Lidia Buble, les deux *fashionistas* [Cătălin Botezatu et Raluca Bădulescu], ils n'avaient que de mots d'éloge») (fanatik.ro, publié le 25.05.2021). Son premier sens répertorié – „persoană care urmează orbește tendințele modei” («personne qui suit aveuglement les tendances de la mode») – est d'usage courant avec des connotations plus ou moins défavorables, selon le contexte<sup>42</sup> : „De la an la an, moda se schimbă iar *fashionistele* știu că trebuie să dea un refresh garderobei” («D'année en année, la mode change, et les *fashionistas* savent qu'il faut rafraîchir leur garde-robe») (<https://www.elle.ro>, publié le 28.05.2021) ; „7 semne că ești o *fashionista*. Vezi dacă ai potențial de style diva !” («7 signes que vous êtes une *fashionista*. Cherche si tu as du potentiel de style diva !») (<https://www.elle.ro>, publié le 25.06.2015).

• **Fashion victim**<sup>43</sup> (synonyme de *fashion addict*) est attesté en roumain à la fois sous forme d'emprunt et de calque phraséologique : „Capri – despre împărați romani și *fashion victims*” («Capri – à propos d'empereurs romains et *fashion victims*») (<https://chic-escapes.ro>, consulté le 7.08.2021) ; „Vedetele sunt adevărate victime ale modei și își aleg cu atenție ținutele. Nu se zgârcesc la bani când vine vorba de haine și accesorii frumoase și cheltuite sume impresionante, uneori, pe ultimele colecții” («Les vedettes sont de vraies victimes de la mode et elles choisissent avec soin leurs tenues. Elles ne lésinent pas sur l'argent quand il s'agit de vêtements et beaux accessoires et elles dépensent des sommes impressionnantes pour les dernières collections») (<https://retelesivedete.ro>, publié le 10.06.2021).

7. À la fin de notre analyse, on peut conclure avec Goose (1975 : 50) qu'«il serait dangereux de lutter contre les anglicismes sans tenir compte des raisons qui font leur succès».

L'approche socio-terminologique adoptée nous a permis de comprendre non seulement le fonctionnement discursif des NO empruntés ou calqués sur l'anglais,

---

<sup>41</sup> Il est à retenir que dans le cas de *fashionista* il ne s'agit pas d'un dérivé formé en roumain avec le suffixe *-ist(ă)* (comme l'affirme Sândoi 2011 : 352), mais d'un emprunt dans lequel on reconnaît le suffixe espagnol *-ista*, devenu productif en anglais dans les années 1970 (<https://www.dictionary.com>).

<sup>42</sup> "A person who dresses according to the trends of fashion or one who closely follows those trends" ([en.m.wiktionary.org](http://en.m.wiktionary.org)).

<sup>43</sup> "(Slang) A person who slavishly follows current fashion quotations" (<https://en.m.wiktionary.org>). Voir, aussi, la définition de *fashion victim* dans Berchină (1999: 69): „Victimă a modei, persoană care aderă necondiționat la o tendință sau alta a modei, incapabilă să întreprindă o selecție sau să-și contureze un stil” («Victime de la mode, personne qui adhère sans conditions à une tendance de la mode ou à une autre, incapable de faire une sélection ou de définir son style»).

mais aussi leur rôle de marqueurs socio-culturels, relevant les mutations intervenues dans l'univers mentalitaire de la société roumaine post-communiste.

En ce qui concerne le rapport néologisme terminologiques ou néonymes (dont la plupart sont des internationalismes qui répondent aux besoins communicatifs des professionnels de la mode) vs néologismes de la langue commune, on assiste à un transfert des NO appartenant au JMV vers les discours des médias et de la publicité.

Puisqu'en Roumanie, contrairement au monde francophone, le processus néologique n'est pas soumis à des réglementations visant l'aménagement linguistique, la question prioritaire – selon nous – reste l'élaboration d'un dictionnaire d'anglicismes à caractère explicatif et normatif, destiné à fixer et unifier l'usage.

## BIBLIOGRAPHIE

- Avram, Mioara, *La créativité et l'hospitalité du roumain*, dans «Revue Roumaine de Linguistique», XXXVIII, n° 1-3, 1993, pp. 23-26.
- Avram, Mioara, *Anglicismele în limba română actuală*, București, Editura Academiei Române, 1997.
- Berchină, Doina, *Moda pe înțelesul tuturor*, București, Editura Paideia, 1999.
- Constantinescu, Ilinca; Popovici, Victoria; Ștefănescu, Ariadna, *Romanian* dans Görlach Manfred (ed.), *English in Europe*, Oxford, Oxford University Press, 2002, pp. 170-194.
- Costăchescu, Adriana, *Quelques lexèmes en voyage (trajet français-anglais-roumain)*, dans Scurtu, Gabriela ; Dincă, Daniela (éds.), 2011, pp. 130-144.
- Crystal, David, *English as a Global Language*, Cambridge, Cambridge University Press, 2000.
- Cynarska-Chomicka, Barbara, *Les anglicismes récents dans le vocabulaire français de la mode*, dans «Romanica Cracoviensia», n° 11, 2011, pp. 75-82.
- DCR3 = Dimitrescu, Florica (ed.); Ciolan, Al. ; Lupu, Coman, *Dicționar de cuvinte recente*, ediția a treia, București, Editura Logos, 2013.
- Dincă, Daniela, *Du néologisme au néonyme*, dans „Studii și cercetări de onomastică și lexicologie” (SCOL), I, n° 1-2, 2008, pp. 75-82 (<http://ciso1.central.ucv.ro>).
- Étiemble, René, *Parlez-vous français?*, Paris, Gallimard, 1964.
- Goose, André, *La néologie française aujourd'hui. Observations et réflexions*, Paris, Conseil International de la Langue Française, 1975.
- Guilbert, Louis, *La créativité lexicale*, Paris, Larousse, 1975.
- Maillet, Jean, *100 des anglicismes à ne plus jamais utiliser*, Paris, Le Figaro Littéraire, 2016.

- Popescu, Mihaela, *Les emprunts lexicaux roumains au français : approche lexicographique et sémantique du vocabulaire de la mode vestimentaire*, dans Scurtu, Gabriela ; Dincă, Daniela (éds.), 2011, pp. 183-198.
- Pruvost, Jean ; Sablayrolles, Jean-François, *Les néologismes*, Paris, P.U.F., 2003.
- Săndoi, Andreea, *Anglicisms in Fashion Terminology*, dans „Studii și Cercetări de Onomastică și Lexicologie” (SCOL), n° 1-2, 2011, pp. 337-358.
- Scurtu, Gabriela; Dincă, Daniela (éds.), *Typologie des emprunts français en roumain. Fondements théoriques, dynamique et catégorisation sémantique*, Craiova, Editura Universitaria, 2011.
- Stoichițoiu Ichim, Adriana, *Globalization through English in Romanian Post-Communist Media*, dans „Analele Universității din București. Limba și Literatura Română”, LIII, 2004, pp. 3-18.
- Stoichițoiu Ichim, Adriana, 2006a, *Aspecte ale influenței engleze în româna actuală*, București, Editura Universității din București, 2006.
- Stoichițoiu Ichim, Adriana, 2006b, *Observații privind grafiile anglicismelor în româna actuală*, dans Sala, Marius (ed.), „Studii de gramatică și de formare a cuvintelor”, București, Editura Academiei Române, 2006, pp. 381-410.
- Stoichițoiu Ichim, Adriana, 2007, *Anglicisme «la modă» în limbajul modei*, dans Pană Dindelegan, Gabriela (ed.), *Limba română – stadiul actual al cercetării*, București, Editura Universității din București, 2007, pp. 581–598.
- Stoichițoiu Ichim Adriana, 2008a, *Din nou despre anglicisme «la modă» în limbajul modei*, dans Pană Dindelegan, Gabriela (ed.), *Limba română: dinamica limbii, dinamica interpretării*, București, Editura Universității din București, 2008, pp. 681-692.
- Stoichițoiu Ichim, Adriana, 2017, *Anglofilie și anglomanie în discursul referitor la vestimentație*, dans Ionescu Ruxăndoiu, Liliana; Constantinescu, Mihaela-Viorica; Stoica, Gabriela (eds.), *Limba-discurs-stil. Omagiu Mariei Cvasnîi Cătănescu*, București, Editura Universității din București, 2017, pp. 356-371.
- Stoichițoiu Ichim, Adriana, 2018a, *Émprunts récents à l'anglais dans le lexique roumain du vêtement*, dans «La linguistique», LIV, n° 1, 2018, pp. 91-108.
- Stoichițoiu Ichim, Adriana, 2018b, *Formații sufixale «hibride» în DCR3*, dans Lupu, Coman ; Ciolan, Alexandru ; Zuliani, Alessandra (eds.), *Studii romanice. Omagiu profesorilor Florica Dimitrescu și Alexandru Niculescu la 90 de ani*, vol. II, București, Editura Universității din București, 2018, pp. 865-871.
- Stoichițoiu Ichim, Adriana, *Noms de professions empruntés à l'anglais dans l'espace publique roumain d'aujourd'hui*, dans Mikhaylova, Svetlana ; Guérin, Françoise (éds.), *Le fondamental et l'actuel dans le développement*

*de la langue : catégories, facteurs, mécanismes*, Moscou, Iaziki Narodov Mira, 2019, pp. 48-51.

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

Walter Henriette, 2001, *Honni soit qui mal y pense. L'incroyable histoire d'amour entre le français et l'anglais*, Paris, Laffont.

Zafiu, Rodica, *Sui prestiti recenti dall'inglese: condizionamenti morfologici e scelte culturali*, dans Ferro, Teresa (ed.), *România e România. Lingua e cultura romena di fronte all'Occidente*, Udine, Forum Editrice Universitaria Udinese, 2003, pp. 83-95.

Zafiu, Rodica, *Blog*, dans „România literară”, n° 9, 9 martie, 2007.