

## **Limbajul românesc al modei și fenomenul schimbării lingvistice**

**Bianca-Maria LUCANU**

*Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava*

[bianca.lucanu@yahoo.ro](mailto:bianca.lucanu@yahoo.ro)

---

**Abstract:** Our article aims to describe some characteristics of the language of fashion, probably the most dynamic of contemporary languages. The phenomenon of creativity and linguistic change is also evident in the Romanian language of fashion which, in less than 50 years, has undergone spectacular and profound transformations, especially at the phonetic and lexical levels.

**Keywords:** *linguistic transformation, creativity in language, the language of fashion, words and phrases with international circulation.*

În cartea sa *Sociologie de la mode*, Frédéric Godart afirmă că „Moda este oglinda societății în care există. Este atât un fenomen cultural, cât și o afacere extrem de complexă și, ca atare, reflectă atitudinile sociale, economice, sexuale și politice ale unei epoci.” (Godart 2010: 10) Ca fenomen cultural, limbajul modei suferă un rapid fenomen de schimbare lingvistică, nemaiîntâlnit în nici un alt domeniu al vieții sociale. Aristotel afirma că limbajul este *enérgeia*, o entitate dinamică aflată într-un permanent proces de schimbare. Poate că în nici un alt domeniu al vieții socioculturale acest adevăr nu este mai evident.

În mai puțin de o jumătate de secol limbajul românesc al modei a suferit transformări profunde, pe care le vom ilustra, în cele ce urmează, prin două texte reprezentative. Primul aparține revistei „Moda”, care a apărut începând din 1952 ca revistă a Cooperăției Meșteșugărești. Publicația apărea trimestrial și reprezenta „un mijloc de documentare pentru maeștrii croitori și un mijloc de orientare pentru marele public în arta de a se îmbrăca în ton cu moda”, fiind destinată așadar atât celor care își desfășurau activitatea în domeniu cât și celor care doreau să fie în pas cu moda. În paginile acestei reviste regăsim reflectate tendințele care au marcat moda românească din a doua jumătate a secolului al XX-lea și, totodată, un important material terminologic.

În numărul 62 al revistei „Moda”, într-un articol căruia i se poate atribui statutul de editorial, citim că „rațiunea de a fi a modei e aceea de a fi schimbătoare” (*Moda* 62, 1968: 1). După 1990 încep să apară în numeroase ziare și reviste rubrici speciale dedicate modei iar mai apoi un număr din ce în ce mai mare de reviste specializate, atât on line, cât și în format clasic, pe hârtie.

Limba folosită în revista „Moda” e limba română (chiar dacă uneori cu inflexiuni *de lemn*), dar revistele de modă de astăzi („Elle”, „Style”, „One”, „Quelle”, „Vogue”, „Diva Hair”, „Cosmopolitan”etc.) par a fi scrise în *romgleză*, mulți dintre termenii specifici având o circulație internațională. Se ajunge astfel de la *o rochie clasică, tovarăș ideal... și feminitatea a tot biruitoare (Moda 100, 1981) la street style cu un touch de couture (Elle 7, 2022: 23).*

Acest caracter dinamic al modei este în același timp unul dintre principiile care structurează sistemul terminologic al modei, conferindu-i acestuia trăsături specifice: gradul ridicat de permisivitate în ceea ce privește neologizarea; prezența simultană a termenilor tehnici și a elementelor lexicale preluate din viața cotidiană; prezența unui număr mare de îmbinări (stabile, în curs de stabilizare sau libere); prezența unui număr relativ ridicat de neologisme neadaptate; mobilitatea lexicosemantică datorată numărului mare de procedee/tehnici de terminologizare.

### Textul 1

#### DUPĂ 40 DE ANI, DISCREȚIE ȘI DISTINCȚIE!

La nici o vârstă, feminitatea nu trebuie neglijată, dacă *inima* e tânără! Realitatea a demonstrat că putem fi frumoase și după 40 de ani. A ști să te maturizezi și să îmbătrânești, păstrându-ți tinerețea, este o artă! Totul se va face treptat, pe nesimțise. Destinderea spirituală, foarte necesară în această perioadă, dăruiește liniște și echilibru.

Creatorii de modă îmbracă orice vârstă cu gust și fantezie, pentru ca femeia să pară mereu nouă, atât pentru ea, cât și pentru cei care o privesc. Încercați deci ca, prin intermediul modei, să vă simțiți bine, sigură pe dumneavoastră, pe feminitatea a tot biruitoare, matură și... plină de tinerețe!

Două pardesiuri de primăvară, cu linia dreaptă și închiderea la un rând de nasturi, executate din stofă (gen homspun); culorile dominante: bej și maro. Gulerul și lizierele de la clapele buzunarelor sunt din catifea reiată, maro, ca și nasturii. Spatele pardesiului nu are cusătură. (Accesoriiile sunt maro, dar pot fi și de culoare bej sau verde). Metraj necesar: 2 m. X 1,40 m., pentru măsura 50.

Pardesiul bărbătesc are o cusătură la spate, care se termină cu un șliț, potrivit de lung, buzunare oblice și cusătură pe mijlocul mânecii. Remarcați: cusăturile sunt subliniate de tigheluri (cu pas mare), în aceeași culoare. Metraj necesar: 2,70 m. X 1,40 m., pentru măsura 48, talia 1.

Cuplul primăverii, îmbrăcat în stofă pepit, bej cu maro! Taiorul are reverele, clapele buzunarelor și lizierele (care marchează pensele) maro, dar pot fi și bej ! Fusta are șliț la spate. Metraj necesar 2 m. X 1,40 m., pentru măsura 50. Două costume bărbătești, cu aceleași atribute: croială clasică, linia pantalonului dreaptă, ușor conică: haina are șliț la spate. Metraj 3,10 m x 1,40 m., pentru măsura 48, talia 1.

Silueta plină nemulțumește atâtea femei (dar și bărbați!) de aceea trebuie să i se acorde grijă și atenție pentru a o «subția» cât mai mult, atît prin lina de croială, cît și prin combinațiile de culori, de obicei în tonuri uni. Lina clasică, având o croială dreaptă, foarte potrivită pentru această siluetă, este readusă în actualitate, și în acest sezon, prin detalii noi de finisare.

O rochie clasică, tovarăș ideal pentru după-amiezele primăverii! Remarcați închiderea asimetrică prin șase nasturi îmbrăcați din materialul rochiei, de stofă maro. Platca (cu o lățime de 10-12 cm.) din jurul decolteului este marcată de cerculețe, prin care s-a culisat șnur, dând impresia de fals matlaseu. Modelul permite ca mâneca să fie scurtă, până la cot, sau lungă, terminată, eventual, tot cu cerculețe. Metraj necesar: 2,60 m. X 1,40 m., pentru măsura 50.

La costumele bărbătești se remarcă tendința către butonajul la două rânduri (cu un ansture ușor coborât). Este subliniată silueta T. Metraj necesar: 3m. X 1,40 m., pentru măsura 40, talia 1. Papionul are aceleași culori, ca și costumul: maro și bej.

O rochie lungă pentru ocazii deosebite, executată din tripluval negru. Asimetria în croială este accentuată de o discretă broderie manuală, cu mărgelile de aceeași culoare. (*Moda* 100, 1981)

## Textul 2

### CUM PORȚI FRANJURII – TREND-UL FETIȘ AL SEZONULUI

Cu siguranță ai remarcat că franjuriile sunt, fără doar și poate, elementul fetiș al acestui sezon. De la Proenza Schouler la Prabal Gurung, Giambattista Valli, Givenchy, Dries Van Noten, și chiar Chanel, franjuriile au invadat podiumurile, iar odată cu instalarea sezonului de primăvară, au coborât în stradă - o scurtă privire la instantaneele de street style de la Fashion Week poate confirma cu vârf și țăndesat acest fapt.

Îndrăznește să porți și tu cel mai popular trend al sezonului! Lasă-te ghidată de sfaturile noastre:

#### Câteva reguli de bază:

Alege O SINGURĂ piesă cu franjuri și fă-o starul outfit-ului tău. Look-ul sufocat în franjuri din cap până în picioare vine bine doar pe căței din rasa Komondor.

Poziționează franjuriile strategic pentru a-ți sculpta silueta. La fel ca și în cazul altor elemente decorative (volane, aplicații, etc), franjuriile au tendința de a crea efectul vizual de extra volum. Pentru a scoate în evidență o siluetă androgină, o fustă cu franjuri pornind din talie merge la fix (creează iluzia unei talii tip clepsidră). Alternativ, pentru a mima un bust mai generos, poartă un top cu franjuri la nivelul decolteului.

Deși sunt asociați cu precădere unui look casual, franjuriile pot fi introduși subtil într-o ținută „serioasă” – pentru aceasta, mizează pe accesorii: o poșetă cu franjuri ori un colier metalic inspirat din acest trend, pot fi asortate cu succes unui outfit business sau chiar de cocktail.

Pentru un look formal sofisticat, mergi pe varianta franjurilor confecționate din materiale prețioase (mărgelile strălucitoare sau pene, spre exemplu). Lasă-te inspirată de look-urile diafane din show-ul Thakoon Primăvară/Vară 2015.

Dacă nu ești convinsă încă să dai o șansă acestui trend, încearcă pentru început o variantă subtilă de a încorpora franjuriile în cadrul ținutei tale.

Alege o pereche de pantofi, o poșetă sau o eșarfă împodobite cu franjuri.

Alternativ, începe prin a purta franjuri în doze mici: pe un pulover tricatat, de pildă (pe care îl poți sorta unei cămăși masculine, pentru un look desprins de pe podiumul Creatures Of Comfort P/V '15. (*One*, 23 martie 2015)

În metatextele de modă se vorbește chiar de *modologie* (Kawamura 2005; Godart 2010) ca fiind, pe de o parte, un spațiu al întâlnirii diferitelor discipline sociale care studiază moda, iar pe de altă parte o tentativă de reconciliere între timpul modei, cel al reînnoirii permanente și timpul științei, cel al analizei faptelor și al construirii teoriilor.

Moda este un element esențial în construirea și transmiterea identității sociale a individului, ajutând la stabilirea clasei sociale, a preferințelor sexuale, a vârstei, a etniei și, mai ales, a distincției masculin/feminin, exprimând preferințele culturale ale individului.

Termenul englezesc *fashion* e folosit pentru prima dată în jurul anului 1300 și provine din francezul *façon*, cuvânt apărut în secolul al XII-lea. Traducerea liberă a cuvântului *façon* este „formă, manieră, modă”. Sensul cu care este folosit și în ziua de azi termenul *modă*, adică cel de „stil de îmbrăcăminte” datează din anii 1520 și este împrumutat de română în secolul al XIX-lea din franceză.

Unii psihologi cred că, departe de a fi un capriciu, un *pass-time*, respectarea trendurilor modei reprezintă o modalitate de creștere a încrederii în

sine, o dovadă a succesului și satisfacției, un accent al identității. Evident, supunerea oarbă la tendințe poate semnifica uniformizare, masificare, dar pentru jurnaliștii de modă, pentru a fi eleganți astăzi, trebuie să fim ca toți ceilalți, respectând tendințele (Mackenzie 2010: 6)

În modă, fiecare element al unei ținute poate fi catalogat ca un semn. De pildă, *mătasea* poate fi asociată cu feminitatea, *denim-ul* – cu masculinitatea, *bumbacul* – cu comoditatea și preferința pentru ceea ce e natural. Acestea luate împreună creează un sistem de semne, care ne spune ceva despre statutul social sau imaginea unei persoane. Dacă mă îmbrac cu blugi și tricou de bumbac se spune că am o vestimentație în stil *casual*. Pentru Roland Barthes, funcția de reprezentare înseamnă folosirea limbii pentru a spune ceva semnificativ despre lume și despre tine oamenilor. În cazul modei, limbajul vestimentar comunică ceva despre tine celor din jur. Rolul semioticii este să descrie sistemul de bază, cu scopul de a crea o platformă care permite interpretarea elementelor identificate drept semne și a relației dintre aceste semne. În această situație noi suntem interesați de mesaj, care este rezultatul conexiunii făcute între semnificații, lucru care produce sau transmite o anumită imagine despre noi înșine. (Berchină 2020: 6)

Ca vorbitori ai unei limbi, suntem atât creatori, cât și consumatori ai acesteia, lucru care se aseamănă cu ce se întâmplă în lumea modei, deoarece noi ne îmbrăcăm într-un anumit fel și transmitem un mesaj celorlalți, iar la rândul nostru primim mesaje de la cei din jurul nostru în funcție de combinația lor de elemente vestimentare, de planul sintagmatic al materialelor, formelor și culorilor. Diferența dintre cele două sisteme de comunicare constă în faptul că unul este natural, iar celălalt convențional. Din punct de vedere al modei, noi nu producem fizic semnele, ci folosim semne prefabricate, iar chiar și atunci când creăm un semn realizăm acest lucru după un anumit tipar. Limba și semnificația unor cuvinte sunt supuse procesului lent de schimbare lingvistică, în schimb moda este într-o rapidă și continuă schimbare. Se poate observa cum se transformă de la un sezon la altul, de la un an la altul și cum ceea ce anul acesta era prezentat ca fiind casual, anul următor poate fi elegant. Aceste schimbări sunt datorate unui mic număr de oameni: designeri, editori și redactori de reviste de modă, producători etc., numiți de Barthes *the fashion group*.

Barthes afirmă că în revistele de modă se regăsesc întotdeauna imaginiacompaniate de text, haine-imagineacompaniate de îmbrăcăminte descrisă, iar toate acestea se află într-o relație cu ceea ce Barthes numește *îmbrăcăminte reală*. Îmbrăcăminte reală este percepută ca actul mecanic prin care este creată o simplă haină. Haina-imagine este creată prin intermediul unor structuri iconice, pentru a putea ilustra prin intermediul unor fotografii noile tendințe, dar acestea depind foarte mult de *îmbrăcăminte scrisă*. Datorită faptului că tendințele în modă se schimbă anual, revistele de modă au un rol foarte important în transmiterea noului sens pe care îl au hainele. Barthes este interesat în special de conotațiile oferite de descrierea îmbrăcămintii, de capacitatea acesteia de a oferi noi sensuri elementelor unei ținute și de a atrage atenția asupra anumitor elemente printr-un procedeu numit de acesta *amputare*. O imagine este compusă din mai multe nivele de înțeles, iar „citorul” imaginii are o

anumită libertate în a decide la care nivel să se oprească, astfel încât sensul imaginii nu este niciodată sigur. Textul tinde să suprime această libertate, înlăturând neclaritățile, întrucât impune o variantă și forțează cititorul să își îndrepte privirea într-un anumit punct. (Barthes 2020)

În *Sistemul modei*, o carte devenită clasică în domeniu, Barthes analizează modul în care industria modei folosește imagini și cuvinte pentru a crea o lume abstractă a modei care trebuie să fie în continuă schimbare, pentru a putea să își vândă cât mai multe produse. În analiza sa, Barthes folosește o terminologie saussuriană, precum *semnificat*, *semnificant*, *semn*, *sistem de semne* etc. Semnificatul reprezintă ideea sau conceptul atașat unui lucru reprezentat de semnificant. De exemplu, în sistemul modei, când spunem că ceva *este la modă* ne referim la semnificat, iar lucrul sau haina în sine reprezintă semnificantul, ce capătă o semnificație reală doar prin asociere cu un semnificat. Semnul reprezintă combinația dintre semnificant și semnificat. Sistemul de semne este un context mai amplu în care se face legătura dintre semn și un lanț de semne sau legătura lui cu alte semne. De pildă, dacă luăm sintagma *mom jeans* semnificatul este obiectul, adică perechea de jeans, iar semnificatul este suma de sensuri posibile și de conexiuni care se pot face cu alte elemente de îmbracaminte și cu realitatea extralingvistică. Semnificatul, în această situație, ne ajută să înțelegem natura obiectului și oferă posibilitatea de a face noi conexiuni. În afară de ceea ce înțelegem la prima vedere – „jeans cu talie înaltă și comozi”, putem să găsim și alte conexiuni ce ne pot arăta dacă persoana care-i poartă este mămică sau nu, dacă e o mămică preocupată de sănătatea viitorului copil și dacă e o femeie care, deși însărcinată, este în continuare interesată de lumea modei.

## BIBLIOGRAFIE

- Barthes 1967, 2020: Roland Barthes, *Systeme de la mode*, Paris, Éditions du Seuil; trad. engl.: *The fashion System*, London, Ltd. University of California Press.
- Berchină 2020: Doina Berchină, *Modă și frondă – Stiluri și atitudini*, București, Editura Casa Radio.
- Godart 2010: Frédéric Godart, *Sociologie de la mode*, Paris, La Découverte.
- Kawamura 2005: Y. Kawamura, *Fashion-ology: an Introduction to Fashion Studies*, New York, Berg.
- Mackenzie 2010: Mairi Mackenzie, *...isme – Să înțelegem moda*, București, Editura Rao.

### **Corpus de texte:**

- Cataloge de modă „Quelle”*, destinate comerțului prin poștă (1996-2014).  
*Elle*, 2022.  
*Moda*, revistă semestrială editată de UCECOM, M.I.U., M.E.F.M.C., București, nr. 1 (1952) – nr. 100 (1981).  
*One*, 2015.

