CAIETELE ”LUCIAN BLAGA” – ”LUCIAN BLAGA YEARBOOK”
2020, XXI (1-2)
DOI:10.2478/CLB-2020-0018

CREATIVITATEA LEXICALĂ - UN FENOMEN SPECTACULOS ÎN JURNALISMUL DE TELEVIZIUNE ȘI ON-LINE DIN ROMÂNIA

Lexical Creativity – A Salient Phenomenon in Current Romanian TV and Online Journalism

Valerica SPORIȘ

Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu

“Lucian Blaga” University of Sibiu

Abstract:

The article aims to examine an aspect pertaining to lexical neology, i.e. ***the lexical creativity*** *as reflected in recent TV and online journalism. Lexical creativity articulates interdisciplinarity, the latter represents a 'bridge' between the facts of language and those of style. Newly words are created by journalists to serve different purposes ranging from ludic, spontaneous, occasional to deliberate, conscious. Lexical creativity is influenced by different factors such as: analogy, imitation, calque, subjectivity, sensitiveness, context, etc.*

The language of the media is characterized by dynamics, novelty and accessibility. Through their novelty, words contribute to an enrichment of expressiveness. The newly coined structures are often artificial, the examples analysed in our paper are created by small groups of journalists or by one journalist. The journalists' intention is to impress, to draw the audience's attention.

I chose to explore the phenomenon of affixation and I selected as lexical bases some neologisms recently borrowed into Romanian from other languages. The corpus comprises recent examples selected by the author from Romanian TV and online journalism, where the phenomenon of lexical creativity is highly displayed. I chose the transcription of new words in accordance with the phonetic-phonological principle specific to the Romanian language and with the current rules pertaining to plurals forms and use of articles.

Keywords: *interdisciplinarity, expressiveness, creativity, affixation, journalism.*

Articolul de față prezintă un aspect al ***neologiei lexicale***, fenomen care reliefează capacitatea inepuizabilă a vorbitorilor de **a crea** cuvinte și sensuri, ca efect al gândurilor, al emoțiilor, al manifestărilor atât de variate și de imprevizibile adeseori. În contextul dinamicii limbii, **creativitatea lexicală** sau, după cum o numește Adriana Stoichiţoiu-Ichim, „**creativitatea internă a limbii**” [subl.aut.][1], are un rol bine determinat. Printre factorii care influențează acest proces se

***** Lucrarea de faţă conține denumiri care constituie mărci înregistrate®.

[1] Adriana Stoichiţoiu Ichim, *Creativitate lexicală în româna actuală*, Bucureşti, Editura Universităţii din Bucureşti, 2006, p. 11.

numără: afectivitatea, snobismul lingvistic, „veleitarismul intelectual" și „anglomania"[2], calcul lingvistic, analogia, brevilocvența, globalizarea lingvistică[3] ș.a.

Din câmpul larg al creativității lexicale am ales să abordez fenomenul **derivării progresive cu sufixe** (lexicale și gramaticale), ocurent în jurnalismul de televiziune și on-line din România zilelor noastre. Impresionează numărul mare de cuvinte nou-create (verbe, substantive, adjective) care circulă în limbajul jurnalistic actual, derivate de la termeni importați de limba noastră. Întrucât creațiile lexicale care au la origine neologisme sunt numeroase, am selectat ca baze lexicale doar forme împrumutate **recent** în română din alte limbi, care nu se regăsesc în *Dicționarul explicativ al limbii române*, ediția 2016[4].

Vorbitorii, implicit jurnaliștii, asimilează cuvinte/ modele străine, cărora le adaugă afixe, pentru a crea alți termeni, în intenția de a fi *unici*. Deși creații individuale la origine, unele cuvinte/ sintagme/ construcții lingvistice au avut şansa de a se răspândi cu rapiditate și de a pătrunde apoi în limbajul cotidian. Creaţiile inedite (spontane, ocazionale, ludice, ironice) au la bază, în special, factorul subiectiv.

Corpusul se constituie din eșantioane de limbaj jurnalistic, excerptate personal în ultimii ani din emisiuni ale posturilor de televiziune din România și din diverse publicații on-line, fără intenția de exhaustivitate. În ceea ce privește transcrierea corpusului, am respectat grafia sursei în cazul exprimării scrise (aici mă refer la cuvinte/ sintagme care au apărut pe burtieră, crawl sau în presa on-line), iar în cazul exprimării orale, am optat pentru scrierea care respectă normele fonetic-fonologice, ortografice specifice limbii române și regulile actuale privind formarea pluralului și articularea neologismelor (a se vedea *Dicţionarul ortografic, ortoepic şi morfologic al limbii române* [*DOOM*$_2$][5] și articolul *Cu sau fără cratimă? Formarea pluralului şi articularea neologismelor*[6]). Grafia oscilează de la folosirea cratimei până la forma lexicalizată, în anumite contexte aceasta ridicând probleme (mai ales atunci când sistemele fonetic-fonologic și ortografic ale celor două limbi sunt diferite). Întâlnim și grafii paralele, însă tendința promovată de autorii *DOOM*$_2$ este de lexicalizare[7].

---

[2] Idem, *Influența engleză în terminologia politică a românei actuale*, în *Aspecte ale dinamicii limbii române actuale*, coordonator Gabriela Pană Dindelegan, vol. II, București, Editura Universității din București, 2003, p. 304.
[3] Cristina Călărașu, *Globalizare lingvistică și anglicizare*, în *Aspecte ale dinamicii limbii române actuale*, coordonator Gabriela Pană Dindelegan, vol. II, București, Editura Universității din București, 2003, p. 323-336.
[4] *Dicționarul explicativ al limbii române* [*DEX*], București, Editura Univers Enciclopedic Gold, 2016.
[5] *Dicţionarul ortografic, ortoepic şi morfologic al limbii române* [*DOOM*$_2$], Bucureşti, Editura Univers Enciclopedic, 2005, p. XCII.
[6] Valerica Sporiș, *Cu sau fără cratimă? Formarea pluralului şi articularea neologismelor*, în *Transilvania*, nr. 11-12, Sibiu, Tipar PrintATU, 2017, p. 90-98.
[7] *DOOM*$_2$, *ed. cit.*, p. XCII.

Dacă Iorgu Iordan afirma, în a doua jumătate a secolului trecut, că formațiile derivate nu excelează în valori stilistice, exceptând situația diminutivelor și a augmentativelor[8], vom observa că, în cazul sufixării neologismelor recent intrate în limba noastră, imaginația jurnaliștilor depășește cu mult așteptările noastre.

Criteriul **morfologic** (**al clasei lexico-gramaticale**) stă la baza organizării conținutului acestui articol, avându-se în vedere categoriile de sufixe: *lexicale* (*derivative*) și *gramaticale* (*flexionare*); *simple* și *complexe*; *verbale*, *substantivale* și *adjectivale*.

A. Clasa verbelor (formanți sufixali de tip verbal)

Dintre sufixele verbale de infinitiv, cel care creează cel mai ușor verbe neologice este *-a*: „Unul dintre faptele lingvistice care atrag imediat atenția este seria lexicală neologică foarte bogată constituită din verbe formate cu sufixul *-a*”[9], urmat fiind de *-(u)i*.

- Sufixul de infinitiv ***-a***:

- *a blur**a*** < (engl.) *blur* (*=a estompa*, *a umbri*; *estompare*): „Pe ea *n*-o *blurăm*. O dăm în full.”, „*Am blurat* M-ul.” (*Ştiri*, Antena 3, 8-9 februarie 2017); „Reacția vine la o lună după ce IJJ Sălaj *a blurat* până și capul unui câine într-o imagine cu hoți de lemne.” (art. *Jandarmii care **au blurat** fața unui câine „au lovit” din nou*, în *Mediafax*, 26 noiembrie 2018, https://www.mediafax.ro/social/jandarmii-care-au-blurat-fata-unui-caine-au-lovit-din-nou-acum-au-ascuns-comentariile-negative-la-un-clip-dedicat-centenarului-17706146); *„Distracție” și la liberali! Un consilier local l-**a blurat** în poza de grup pe șeful de partid* (titlu, în *Gazeta Dâmboviței*, 4 decembrie 2019, https://www.gazetadambovitei.ro/top-stiri/distractie-si-la-liberali-un-consilier-local-l-a-blurat-in-poza-de-grup-pe-seful-de-partid/);

- *a (se) focus**a*** < (engl.) *focus* (*=a (se) concentra*): „Am făcut acest pas pentru a mă putea *focusa* pe forma mea fizică și pentru a mă asigura că mă întorc gata de joc la cel mai înalt nivel.” (Digi Sport, 13 august 2020, https://www.digisport.ro/tenis/bianca-andreescu-nu-va-participa-la-us-open-explicatia-oferita-de-canadianca-889039); „România are șansa de a-și crește competitivitatea economică într-un termen relativ scurt, dacă *se va focusa* pe accelerarea digitalizării și convergența spre o economie bazată pe tehnologie.” (*Mediafax*, 3 septembrie 2020, https://www.mediafax.ro/economic/studiu-focusul-pe-digitalizare-ar-putea-aduce-romaniei-50-miliarde-de-euro-in-pib-pana-in-2030-19530612).

A (se) focusa apare în exprimare în detrimentul verbului *a (se) concentra* < (fr. *concentrer*), adeseori în intenția jurnaliștilor de a epata.

[8] Iorgu Iordan, *Stilistica limbii române*, București, Editura Științifică, 1975, p. 184.
[9] Rodica Zafiu, *Diversitate stilistică în româna actuală*, București, Editura Universității din București, 2001, p. 87.

- *a instagram**a*** < (engl.) *Instagram* (rețea de socializare): „*Se instagramează* la fel.” (*Bravo, ai stil!*, Kanal D, 30 iulie 2020);

- *a refurbiș**a*** < (engl.) *refurbisher* (*=a recondiționa*): „(...) *să refurbişezi* simţul umorului” (*Bravo, ai stil!*, Kanal D, 27 februarie 2017);

- *a target**a*** < (engl.) *target* (*=a ținti, a stabili o țintă*; *țintă, obiectiv*): „Poţi *targeta* în funcţie de tot soiul de repere, de la cele mai recente cumpărături până la evenimentele din viaţa utilizatorilor.”, „Noi *am targetat* reclamele, sunt informaţii publice pe care Facebook le oferă.”, „Zilnic, fiecare om care are un cont de Facebook sau de Google *este targetat* de tot felul de companii.”, „Datorită GDPR, Facebook nu le mai permite celor din industria publicităţii *să* ne *targeteze* în funcţie de aceste informaţii.” (*Adevărul*, 19 decembrie 2020, https://adevarul.ro/tech/internet/intimitatea-internet-profita-noi-mi-pare-start-batalie-pierduta-1_5fdd2c4f5163ec42710e0b07/index.html).

- Sufixul de infinitiv ***-(u)i***:

- *a blend**ui*** < (engl.) *blend* (*=a amesteca, a combina*; *amestec*): „Dacă *nu ați blenduit* niciodată până acum avocado cu banană, este momentul să o faceți! (…) Dacă nu vă plac bananele, puteți *blendui* avocado cu iaurt.” (PRO TV Chișinău, 16 noiembrie 2015, https://protv.md/promo/idei-pentru-un-mic-dejun-sanatos-ce-sa-manaci-la-prima-masa-a---1240751.html); „Desigur, pentru ca machiajul să aibă un aspect profesional, folosește o pensulă pentru *a blendui*.” (*România liberă*, 23 mai 2018, https://romanialibera.ro/lifestyle/vrei-sa-arati-bine-in-poze-iata-ce-machiaj-trebuie-sa-ai-730555).

A blendui este un verb utilizat în limbajul familiar (*blender*[10] se încadrează categoriei neologismelor care aparțin domeniului electrocasnic) și în limbajul monden (make-up).

- *a book**ui*** < (engl.) *book* (*=a rezerva, a planifica*): *să bookuiască* (*Ştirile B1*, B1 TV, 16 iulie 2017); „*Am book-uit* mai mulți artiști: (...).” (*Ora de Timiș*, 2 iulie 2011, https://oradetimis.ro/backstage-story-cum-a-ajuns-missy-elliot-n-romnia-si-ce-s-a-ntmplat-apoi-exclusiv-de-la-promoterul-paul-soll-vezi-galerie/); „(...) când am primit comunicatul despre noul festival (...) mi l-*am book-uit* în agendă pentru că m-a atras conceptul.” (*Cosmopolitan*, 19 septembrie 2018, https://www.cosmopolitan.ro/cosmo-fun/arad-open-air-festival-cel-mai-cool-check-in-in-lumea-muzicii-live); „Restul au intrat în panică pentru că era totul *book-uit*, plătit.” (*Avantaje*, 6 ianuarie 2020, https://www.avantaje.ro/articol/tily-niculae-a-spus-totul-inainte-sa-devina-mama-pentru-a-doua-oara-am-plans-de-nervi-ca);

[10] Din seria derivativă a acestui neologism, doar *blender* (< engl. *blender*) este înregistrat în *DEX*, *ed. cit.*, p. 119.

- *a coach-**ui*** < (engl.) *coach* (=*a antrena*, *a pregăti*; *antrenor*): „Doar nu vrei să ne *coach-uieze* şi pe noi.” (*Bravo, ai stil!*, Kanal D, 29 august 2017); „Toată lumea *coach-uieşte* ceva.” (*Bravo, ai stil!*, Kanal D, 21 septembrie 2017); „De aici se pleacă în efortul de a-i convinge pe manageri *să* își *coach-uiască* oamenii.” (*Cariere*, 20 septembrie 2018, https://revistacariere.ro/antreprenor/strategie/managerul-coach-cand-cum-si-de-ce-trebuie-sa-ti-ajuti-angajatii-sa-si-dezvolte-abilitatile/); „«*coach-uiesc* oamenii şi îi trainuiesc» (skymind.ro)”[11].

Observăm că pentru aceeași persoană (a III-a) se oscilează în ceea ce privește forma flexionară, semn că acest verb nu a fost legitim asimilat românei.

- *a share-**ui*** < (engl.) *share* (=*a distribui*, *a împărtăși altora*): „E momentul ideal să o păstrezi sau *să* o *share-uiești* cu noua cameră foto (...).” (*Ştirile PRO TV*, 23 martie 2015, https://stirileprotv.ro/stiri/a/calatoria-care-iti-schimba-stilul-de-viata-in-jurul-lumii-cu-galaxy-s6-p.html); „Și apoi unii le *share-uiesc* fără rezerve şi discernământ «teoriile», dau sfaturi, îşi dau cu părerea (...).” (actualdecluj.ro, 16 mai 2018, https://actualdecluj.ro/opinie-cum-navighezi-in-marea-de-coach-i-vindecatori-specialisti-si-influenceri/); „Aceasta este prima fotografie pe care Adele o *share-uiește* (...).” (Kanal D, 3 ianuarie 2020, https://www.kanald.ro/cantareata-adele-si-a-socat-fanii-este-de-nerecunoscut-dupa-ce-a-slabit-20-de-kilograme-20058515); „(...) tot *șeruiește* și tot *șeruiește* ca să se pună bine cu lumea largă (...).” (cotidianul.ro, 16 septembrie 2020, https://www.cotidianul.ro/mincinosii/).

Neadaptat sau adaptat grafic, acest derivat este din ce în ce mai prezent în exprimarea generației tinere, captivate de new media[12].

- *a train**ui*** < (engl.) *train* (=*a instrui, a pregăti*): „Toată lumea *trainuieşte* ceva.” (*Bravo, ai stil!*, Kanal D, 21 septembrie 2017); „«coach-uiesc oamenii şi îi *trainuiesc*» (skymind.ro)”[13].

Referindu-se la acest verb, Rodica Zafiu afirmă: „Mai surprinzător e succesul actual al verbului corespunzător, *to train*, care a fost adaptat spontan în română cu ajutorul sufixului *-ui*, ca formă iniţial colocvială, de jargon profesional, dar care apare în tot mai multe contexte ale limbii standard. Verbul păstrează diferenţa din engleză între scriere şi pronunţare, astfel că apariţiile sale, perfect adaptate morfologic, sunt fundamental hibride.”[14]. Substantivul *training*, neologism

[11] Rodica Zafiu, *Treningul și trainuirea*, în *Dilema veche*, nr. 813, 19-25 septembrie 2019, https://dilemaveche.ro/sectiune/tilc-show/articol/treningul-si-trainuirea.
[12] Luminiţa Chiorean, *Despre New Media. O abordare teoretică*, în *Studia Universitatis „Petru Maior”. Philologia*, nr. 19, Târgu-Mureş, Editura Universităţii „Petru Maior”, 2015, p. 51-62.
[13] Rodica Zafiu, *art. cit*.
[14] Ibidem.

neadaptat fonetic-fonologic și grafic în limba noastră, este înregistrat în *DEX*, ediția 2016, cu sensurile: *antrenament*, *pregătire*[15].

B. Clasa substantivelor (formanți sufixali de tip nominal)

- Sufixul ***-ală*** (creează nume abstracte[16]):

- *bad boy-**ală*** < sintagma (engl.) *bad boy* (=*băiat rău*): *bad boy-ală* (*Uite cine dansează!*, PRO TV, 24 aprilie 2017) – face trimitere la sensul: *atitudine caracteristică „băieților răi”*.

- Sufixul ***-erie*** (desemnează un atelier, în sensul larg al termenului):

- *cheesecake-**erie*** < (engl.) *cheesecake* (=*prăjitură cu brânză*): „În direct de la o *cheesecake-erie* (...)” (Antena 1, 30 iulie 2018);

- *donut**erie*** < (engl.) *donut* (=*gogoașă*): „S-a deschis prima *Donuterie* din Cluj” (titlu, monitorulcj.ro, 5 iunie 2015, http://www.monitorulcj.ro/actualitate/46833-s-a-deschis-prima-donuterie-din-cluj#sthash.J9EMPQsf.dpbs); „*Donuterie*, o afacere de peste 2 milioane de euro” (titlu, în *Transilvania Business Magazine*, 21 februarie 2017, https://www.transilvaniabusiness.ro/2017/02/21/donuterie-o-afacere-de-peste-2-milioane-de-euro/).

- Sufixul ***-ism*** (indică doctrina, formaţiunea, iar ca frecvență, se află pe locul al doilea, după *-ist*[17]):

- *je m'en fiche-**ism*** < (fr.) *je m'en fiche* (=*a nu-i păsa*, *a manifesta o atitudine de nepăsare*): „În diverse forme de manifestare, care variază între *je-m'en-fiche-ism* și agresivitate extremă (...)” (*Capital*, 15 aprilie 2012, https://www.capital.ro/de-ce-clasa-de-mijloc-uraste-politica-si-greseste-164701.html/2); „E un fel de *je m'en fiche-ism*” (*Răi, da’ buni*, Antena Stars, 23 februarie 2018); „Creţu şi-a dorit mult să joace la cea mai titrată echipă a României, iar ratarea ocaziei l-a dărâmat profund până la un «*je m'en fiche-ism*» extrem de primejdios.” (Ziarul de Iași, 3 august 2019, https://www.ziaruldeiasi.ro/stiri/alex-ionut-si-satrapul-mioritic--226766.html).

În contextele exemplificate, întreaga structură se comportă ca un substantiv.

- Sufixul ***-ist*** (formează nume de agent, indicând ideea de membru al unui grup sau de adept al unei doctrine[18]):

- *fashion**ist(ă)*** < (engl.) *fashion* (=*modă*): „«*Fashionistă*» nu înseamnă nimic.” (*Vorbeşte lumea*, PRO TV, 6 martie 2017); „Nu suntem o ţară de *fashionişti.*” (*Bravo, ai stil!*, Kanal D, 25 martie 2017); „*Fashionistă* convinsă, (…)” (*Bravo, ai stil!*, Kanal D, 28 august 2017); „*Fashionista*

[15] *DEX*, *ed. cit.*, p. 1253.
[16] Gheorghe Constantinescu Dobridor, *Dicționar de termeni lingvistici*, București, Editura Teora, 1998, p. 313; Theodor Hristea, în *Sinteze de limba română*, București, Editura Didactică și Pedagogică, 1981, p. 57.
[17] Adriana Stoichiţoiu Ichim, *op. cit.*, nota 15, p. 227.
[18] Ibidem, p. 210.

şi băiatul de bani gata nici nu îşi mai vorbesc” (burtieră, *Star News*, Antena Stars, 13 septembrie 2017);

- *feng shui-**ist*** < (chin.) *feng shui* (=*vânt+apă*; practică străveche, originară din China): „Avem prieteni foarte buni – *feng shui-işti.*” (*Adevăruri ascunse*, Antena 3, 27 ianuarie 2018).

Formantul *-ist* este considerat sufixul internaţional cel mai productiv atât în franceză, cât şi în română. „Neutru din punct de vedere stilistic”, acest sufix poate fi substituit prin *-ilă*, cu tentă „hiperbolizantă”, depreciativă: „*Pecerilă* < *PCR*, *Fesenilă* < *FSN*”[19] – derivate de la denumirea unor formațiuni politice. De fapt, multe derivate de acest gen aparțin domeniului politicii.

- Sufixul ***-re*** (creează nume abstracte[20]):

- *blenduire* < (engl.) *blend* (=*a amesteca, a combina*; *amestec*): „O să m-ajute foarte mult în *blenduirea* machiajului.” (*Star Matinal… e pe val!*, Antena Stars, 22 august 2017);

- *targetare* < subst. (engl.) *target* (=*a ţinti, a stabili o ţintă*; *ţintă*): „Optimizează site-ul pentru *targetarea* locală a clienților” (*Agerpres*, 10 iulie 2020, https://www.agerpres.ro/ots/2020/07/10/optimizeaza-site-ul-pentru-targetarea-locala-a-clientilor--641787); „În marketingul online, denumirea este sugestivă: *targetare*. Un englezism care se poate traduce prin ţintire. De la piese de mobilier şi haine, până la campanii electorale, toate reclamele de pe reţelele sociale se bazează pe *targetarea* audienţei.”, „Asta a făcut şi (...), alegând combinaţia potrivită de metode de *targetare* puse la dispoziţie de Facebook.”, „Am folosit *targetare* şi reclamă la cei care au interacţionat cu postările noastre. Am mers pe cantitate, nu pe ţintire micro.”, „«(...) *Macrotargetarea* era un baros, nu un bisturiu, dar părea că funcţionează remarcabil de bine».”, „Platforma creată de Mark Zuckerberg rămâne una dintre principalele forţe ale Internetului când vine vorba de *targetarea* utilizatorilor (...).” (adevarul.ro, 19 decembrie 2020, https://adevarul.ro/tech/internet/intimitatea-internet-profita-noi-mi-pare-start-batalie-pierduta-1_5fdd2c4f5163ec42710e0b07/index.html).

În ultimul context exemplificat, se observă oscilarea jurnalistului între neologism și termenul autohton.

- *trainuire* < (engl.) *train* (=*a instrui, a pregăti*): „«oferim *trainuire*» (marketdent.ro); «instruirea, *trainuirea* şi formarea angajaţilor noi» (bestjobs.eu); «*trainuirea* personalului» (romprest.ro); «*trainuirea* angajaţilor pentru formarea eficientă şi creşterea abilităţii lor»

[19] Ibidem, p. 209.
[20] Gheorghe Constantinescu Dobridor, *op. cit.*, p. 313.

(flormar.pro); cu totul rar e derivatul colocvial *trainuială* («mă pregătesc de *trainuială*», copilul.ro)"[21].

După cum preciza Rodica Zafiu, „hibridul şi cam ridicolul *trainuire*"[22] este, într-adevăr, o creație lexicală de care ne putem dispensa, întrucât limba română deține termeni echivalenți (*instruire*, *pregătire*, *formare*, *antrenare*).

- Sufixul diminutival ***-uleţ***:

- *clutch-**uleţ*** < (engl.) *clutch* (=*a ține strâns*); *clutch* [*bag*] (un anumit tip de poșetă): *clutch-uleţ* (*Bravo, ai stil!*, Kanal D, 14 iunie 2017) – un diminutiv utilizat aici cu sens peiorativ.

C. Clasa adjectivelor (formanți sufixali de tip adjectival)

- Sufixul neologic ***-ish***:

- *styl**ish*** < (engl.) *style* (=*stil*): „ţinute care sunt actuale, sunt foarte *stylish*" (*Bravo, ai stil!*, Kanal D, 13 mai 2017); „un lucru *stylish*" (*Bravo, ai stil!*, Kanal D, 16 mai 2017); „Maurice Munteanu este fashion editorul revistei Elle de peste 14 ani și un personaj *stylish* (…)." (*Elle*, 11 august 2017, https://www.elle.ro/lifestyle/despre-riscuri-profesie-si-recunoastere-547460/); *Cele mai sexy, **stylish**, spirited look-uri ale redactorilor ELLE din întreaga lume* (*Elle*, 17 august 2017, https://www.elle.ro/fashion/cele-mai-sexy-stylish-spirited-look-uri-ale-redactorilor-elle-din-intreaga-lume-i-555768/).

- Sufixul ***-ist*** (poate forma adjective care indică apartenenţa la un grup sau calificarea):

- *fashion**ist*** < (engl.) *fashion* (=*modă*): „Este la fel de *fashionistă* ca tatăl ei." (*Star Matinal*, Antena Stars, 15 iunie 2017); „Trăiască saboţii şi papucii *fashionişti!*" (*Star Magazine*, Antena Stars, 9 august 2017).

- Sufixul ***-iv***:

- *suport**iv*** < (engl.) *suport* (=*a susține, a sprijini*; *susținere, sprijin*): „Să nu fim critici, ci *suportivi*." (*Agenția VIP*, Antena Stars, 10 aprilie 2018).

Există tendința de utilizare a acestui anglicism în locul adjectivului *susținător* sau al locuțiunilor adjectivale: *de susținere*, *de sprijin.* Deseori este confundat cu *suportat*.

- Sufixul participial ***-t***:

- *instagrama**t*** < (engl.) *Instagram* (rețea de socializare): „De exemplu, decorul din restaurantul (...), *cel mai instagramat* loc din Londra, a fost copiat de un hotel de lux din Shanghai (...)." (*Libertatea*, 18 iunie 2019, https://www.libertatea.ro/lifestyle/recomandarile-culturale-ale-saptamanii-vedem-documentare-despre-oameni-si-mediu-la-pelicam-pe-malul-dunarii-si-ne-plimbam-

[21] Rodica Zafiu, *art. cit.*
[22] Ibidem.

prin-lumile-viitorului-gandite-de-philip-k-dick-2669005); „Un lucru este sigur: show-ul de păpuși al casei (…) a fost *cel mai Instagramat*!” (*Elle*, 1 octombrie 2020, https://www.elle.ro/fashion/milano-fashion-week-o-saptamana-atipica-750232/);

- *targeta**t*** < subst. (engl.) *target* (=*a ținti, a stabili o țintă*; *țintă*): „Serviciile de optimizare *targetată* geografic realizate de către o agenție de digital marketing fac posibil ca site-ul dumneavoastră să fie clasat foarte bine pe căutările locale.”, „Beneficiile serviciilor digitale *targetate* geografic” (*Agerpres*, 10 iulie 2020, https://www.agerpres.ro/ots/2020/07/10/optimizeaza-site-ul-pentru-targetarea-locala-a-clientilor--641787).

* * *

Concluzionând, în ceea ce privește productivitatea mijloacelor de îmbogățire a vocabularului, **sufixarea** primează și în limbajul jurnalistic. Bogăţia unei limbi este datorată, în principal, diversităţii lexicului, fenomen aflat în strânsă corelație cu diversitatea stilistică, „determinată de multiplicarea și diferențierea situațiilor de comunicare, a contextelor de uz”[23]. De fapt, „întregul material lexical posedă virtual aptitudinea de a deveni expresiv cu ajutorul procedeelor numeroase pe care ni le pune la dispoziție limba însăși”[24].

Căutarea cu obstinaţie a noului se concretizează la nivelul limbajului jurnalistic prin forme spectaculoase, care ies din tipare. Publicațiile scrise sau on-line, radiodifuziunea, televiziunea, site-urile, blogurile etc. înregistrează o suită de cuvinte derivate surprinzătoare. Pentru Iorgu Iordan, *noutatea* reprezintă una dintre principalele surse ale expresivității: „**noutatea** sau **raritatea** (două aspecte ale unui fenomen unic)”[25]. Multe dintre formațiile lexicale exemplificate în acest articol se încadrează categoriei „neologismelor stilistice”[26], având funcţie expresivă, exprimând nonconformism, snobism lingvistic, ironie, persiflare, umor ș.a. Altele sunt condiționate extralingvistic (referențial)[27], întrucât ele ies din uzul frecvent dacă dispare referentul. Unele au caracter ocazional, „efemer și conjunctural”, fiind numite de Adriana Stoichițoiu-Ichim „efemeride lexicale”[28]. În timp, în funcție de uzul lingvistic, multe dintre formele neologice exemplificate în acest articol vor intra în dicționarele importante, inclusiv în următorul *DEX*.

[23] Rodica Zafiu, *op. cit.*, p. 7.
[24] Iorgu Iordan, *op. cit.*, p. 311.
[25] Ibidem, p. 313.
[26] Adriana Stoichiţoiu Ichim, *op. cit.*, p. 28.
[27] Ibidem, p. 220.
[28] Ibidem, p. 223, 226.

SURSE BIBLIOGRAFICE:

- *** *Dicţionar de ştiinţe ale limbii*, Bucureşti, Editura Nemira, 2005.
- *** *Dicţionarul explicativ al limbii române* [*DEX*], ediţia a 2-a rev., Bucureşti, Editura Univers Enciclopedic Gold, 2016.
- *** *Dicţionarul ortografic, ortoepic şi morfologic al limbii române* [*DOOM*$_2$], Bucureşti, Editura Univers Enciclopedic, 2005.
- *** *Enciclopedia limbii române*, coordonator Marius Sala, București, Editura Univers Enciclopedic, 2001.
- *** *Sinteze de limba română*, coordonator Theodor Hristea, București, Editura Didactică și Pedagogică, 1981.
- Andrei, Mihail; Ghiță, Iulian, *Limba română. Fonetică, lexicologie, morfosintaxă*, București, Editura Corint, 1996.
- Călărașu, Cristina, *Globalizare lingvistică şi anglicizare*, în *Aspecte ale dinamicii limbii române actuale*, coordonator Gabriela Pană Dindelegan, vol. II, București, Editura Universității din București, 2003, p. 323-336.
- Chiorean, Luminiţa, *Despre New Media. O abordare teoretică*, în *Studia Universitatis „Petru Maior”. Philologia*, nr. 19, Târgu-Mureş, Editura Universităţii „Petru Maior”, 2015, p. 51-62.
- Constantinescu Dobridor, Gheorghe, *Dicționar de termeni lingvistici*, București, Editura Teora, 1998.
- Iordan, Iorgu, *Stilistica limbii române*, București, Editura Științifică, 1975.
- Sporiș, Valerica, *Cu sau fără cratimă? Formarea pluralului şi articularea neologismelor*, în *Transilvania*, serie nouă, nr. 11-12, Sibiu, Tipar PrintATU, 2017, p. 90-98.
- Idem, *Lexical Creativity in TV Journalism*, în *Book of Abstracts*, nr. 3, 2020 – „University Days” - Scientific Session of University Academic Staff, „George Emil Palade” University of Medicine, Pharmacy, Science and Technology of Târgu-Mureș.
- Idem, *The Romanian Media and the Linguistic Trend. A Case Study*, în *Elites and South-East European Culture*, editori: Iulian Boldea, Cornel Sigmirean, Roma, Edizioni Nuova Cultura, 2015, p. 281-290.
- Stan, Mihail, *Aspecte ortografice, ortoepice şi morfologice ale limbii române* conform *DOOM*^{2}, Bucureşti, Grupul Editorial Art, 2007.
- Stoichiţoiu Ichim, Adriana, *Creativitate lexicală în româna actuală*, Bucureşti, Editura Universităţii din Bucureşti, 2006.
- Idem, *Influența engleză în terminologia politică a românei actuale*, în *Aspecte ale dinamicii limbii române actuale*, coordonator Gabriela Pană Dindelegan, vol. II, București, Editura Universității din București, 2003, p. 299-322.
- Zafiu, Rodica, *Diversitate stilistică în româna actuală*, București, Editura Universității din București, 2001.
- Idem, *Treningul şi trainuirea*, în *Dilema veche*, nr. 813, 19-25 septembrie 2019, https://dilemaveche.ro/sectiune/tilc-show/articol/treningul-si-trainuirea).