

Secretele limbajului modei

N. Stricova

Limbajul este principala modalitate prin care noi comunicăm ceea ce gândim. În prezentul articol se face o analiză a unor termeni și expresii specifice din limbajul modei, care nu impune doar piese vestimentare potrivite pentru un sezon sau altul, ci impune și cuvinte potrivite pentru vreo două-trei sezoane.

Așadar, după cum scrie autorul Anca Caproș în articolul său „*Limbajul modei*”: „...ar fi păcat să nu asortezi cuvintele la ținuta de zi, de seară sau de... anotimp. Căci, dacă tot trăim după logica... sezoanelor, în lumea obiectelor de un sezon, cuvintele trebuiau dresate și ele pentru a exprima această fugă continuă după ceva nou! Ele se inventează însă puțin mai greu decât croiala unei haine...și totuși...Se aplică și în cazul lor regula care domnește și în lumea creațiilor vestimentare. Se împrumută, se reciclează, se scoate de la naftalină, se adaugă o... terminație și gata, avem un cuvânt nou” [1; p. 2]. După studiul lui A. Caproș, cuvintele care denumesc *culorile* și alte „*nimicuri*”, cele care alcătuiesc un *out fit* în tendințe sunt adaptate rapid și adesea neglijent, sunt împrumutate de-a valma din engleză fără a se mai ține cont de faptul că există în DEX cuvinte care să exprime exact același lucru. Adesea, și ele, ca și hainele, nu trăiesc decât un sezon. De exemplu, *out fit* l-a cam înlocuit pe *look*. Acesta din urmă are un învechit aspect – ca să vezi, că au și un frate de origine română în DEX –, arată ca o haină din anii 90, pe care trebuie s-o păstrezi în dulap până prin 2020 când, lustruită, va reintra din nou în toate combinațiile. Iar neologisme stridente de acest fel se combină adesea cu diminutivele cuvintelor care denumesc diferite obiecte vestimentare. Parcă am trăi într-o lume de *fetițe* cu *drăgălașe codițe*, pentru care există doar *rochițe*, *fustițe*, *bluzițe*, *ghetuțe*, *eșărfuțe*, *fulărașe* și *căciulițe* [1; p. 3]. Potrivit altui autor, Rodica Zafiu, limbajul revistelor de modă și al paginilor de internet consacrate aceluiași domeniu e un amestec destul de straniu de

termeni tehnice și de cuvinte și expresii străine, de diminutive și exclamații, prin care e caracterizat „*limbajul feminin*”: „*se poartă mult botine de lac sau pantofi gen ghetuță cu șiretele și toc mosorel*”-, descrierea nuanțelor de culori: „*mătase bleu-gheață* “; „*alb vanilie* “; afectivitatea artificială, convențională – „*Așadar, bomboanelor, purtați flori si veți arăta ca florile* “ [2; p. 1]. După cum putem observa, există mai multe categorii de termeni specifici din sfera vestimentației: piese de îmbrăcăminte, părți ale costumului, tehnici de croitorie, nume de materiale, nume de culori etc. Hibridul stilistic e dominat de nevoia de a marca profesionalismul redactorilor, dar și de a capta curiozitatea și emoțiile publicului (predominant feminin). În sfera modei, după cum subliniază autorul R. Zafiu, e de așteptat ca împrumuturile lexicale să fie foarte numeroase și ca, alături de engleza dominantă, franceza să-și fi păstrat un oarecare prestigiu, furnizând cuvinte și expresii selectate pentru conotațiile lor de stil și eleganță: "*moda exclusivistă, a prețurilor exorbitante, este acum passé*" (cosmopolitan.ro); "*varianta très chic - de găsit și pe la noi*" (cosmopolitan.ro). Termenii ornamentali din franceză sunt adesea amestecați cu cei englezești - "*adaugă șarm feminin look-ului tău*" (cosmopolitan.ro) - care sunt deopotrivă tehnici: "*adaugă accente neașteptate și glamour și vei fi superbă!*" (cosmopolitan.ro); "*este suficient să adaugi câteva note subtile în cadrul look-ului tău*" (cosmopolitan.ro). Jargonul specific poate fi ilustrat de seria de atribute din citatul următor: "*Rochia în nuanțe de mandarin din China este flatantă, chic și intrigant*" (cosmopolitan.ro). Primul termen (*flatant*) e un împrumut mai vechi din franceză, intrat în uzul curent; al doilea (*chic*) e un franțuzism destul de vechi, care e încă scris, de multe ori, ca în limba-sursă. Cel mai straniu e „*intrigant*”, a cărui invariabilitate e o dovadă clară a preluării din engleză; cum se știe, românescul *intrigant*, -ă provine din franceză, cu sensul "*care țese intrigi*". Sensul "*care trezește interesul, curiozitatea, care atrage*" apare la verbul fr. *intriguer* și la rom. *a intriga*, nu și la adjectivul și

substantivul *intrigant*; sensul se explică însă prin engleză. Același lucru se petrece cu adjectivul *dramatic*: „*O rochie care arată simplu din față poate avea spatele de un efect dramatic*” (cosmopolitan.ro). și derivarea se manifestă puternic în jargonul modei. O creație stranie se pare verbul *a se accesoriza* (cu...), derivat de la *accesorii* și a cărui construcție reflexivă imită probabil verbele din aceeași sferă semantică (*a se îmbrăca*, *a se încălța* etc.). *Accesorie* un termen destul de tehnic, astfel încât verbul însuși sugerează o nedorită analogie între persoană și mașină: „*Cu ce mă îmbrac? cum mă asortez? cum mă accesorizez? oare ce impresie o să las?*” (gaylicious.org); „*primăvara, explozia de culori din natură mă face să vreau să mă accesorizez cât mai colorat*” (frumusete.ele.ro). Așadar, termenul apare destul de des și în discuțiile despre vehicule, în construcții identice, diferențiate doar de context: „*La Avia Motors Mall veți avea ocazia să vedeți cum se accesorizează în mod profesionist Skoda*” (informatiiauto.ro). Ca orice metaforă, continuă R. Zafiu, *a se accesoriza* produce interferențe și suprapuneri: mașina e personificată (se feminizează), în vreme ce persoana se mecanicizează. După cum putem observa, utilizarea verbului produce și deraieri glumețe, în care accesoriile invocate sunt băte, cuțite sau diverse atribute naturale (“*moda se accesorizează cu papuci de plastic, lanț, ceafă groasă*”, suchacool.blogspot.com). Un împrumut care a prins foarte bine, pentru că include un sufix productiv și în română, e *fashionist* (de la engl. *fashion*); de la acesta s-a format femininul *fashionistă*. Cele două substantive au mai multe sensuri: se referă la persoanele care se ocupă cu moda („*stilist*”, *designer*, *critic* etc.) , dar mai ales la cei care o urmează cu tenacitate, în ipostaza de consumatori: „*specialiștii în domeniu au o veste proastă: Nu ești cool dacă vrei să ai ce au toți, în cazul acesta ești fashionist*” (Adevărul, 9.11.2007) [2; p. 2]. În acest context observăm că termenii circulă ca adjective – „*asortează-le cu niște mânuși colorate și ești gata să înfrunți într-un mod fashionist frigul!*” (styleguide.ro); dar mai ales ca substantive:

„luxul pe care orice fashionist trebuie să și-l permită” (yourmoney.wall-street.ro); „Niciodată nu ai să vezi un fashionist cu o domnișoară care să nu se asorteze cu el” (mony.weblog.ro); „este greu să fii fashionistă de provincie” (dadamoda.info). Câteodată, hibridul discursului despre modă revine, de la anglicisme și derivatele la tradiționalele turcisme: „Ideea e să cumperi un obiect de valoare, branduit (deh, de tot, de tot, nu ai cum să scapi de fashionista din tine), și să-l combini cu multe... chilipiruri!” (cosmopolitan.ro) etc. [1; p. 3].

Potrivit lui R. Zafiu, un semn caracteristic al rubricilor de moda actuală e, de pildă, faptul că evită forma *blugi*, obținută prin abreviere (din engl. *blue jeans*), impusă în româna banalizată folosind în schimb pluralul *jeanși* sau chiar *ginși*, forme preferate din nevoia de originalitate sau pentru că sunt mai apropiate de cea „internațională” (*jeans*): „voga nebună a jeanșilor“; „a devenit emblema ginșilor Levi's” [2; p. 2].

În concluzie putem menționa că comunicarea prin ceea ce se numește moda este la fel de vastă și complexă ca însăși definiția și conceptul de modă. Trebuie înțeleși toți parametrii în funcție de cultură sau de deschiderea la care ne raportăm. Altfel riscăm să ne formăm idei și păreri preconcepute despre ceea ce s-a dorit să ni se comunice [4].

Bibliografie :

1. Caproș, A., „*Limvajul modei*”, www.romania-actualitati.ro/limvajul_modei-7995
2. Zafiu, R., „*Limvajul chic*”, în *România Literară*, nr.18, 2009.
3. Berchină, D., „*Moda pe înțelesul tuturor*”, Editura Paideia, București, 1999.
4. <http://www.slideshare.net/paulmarian75/limvajul-vestimentar-in-afaceri>
5. <http://jurnalul.ro/special-jurnalul/lorile-limbajul-universal-al-modei-122903.htm>