

**UNIVERSITATEA „ȘTEFAN CEL MARE” SUCEAVA  
FACULTATEA DE LITERE ȘI ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII**

# **TEZĂ DE DOCTORAT**

**DOMENIUL FILOLOGIE**

**Particularități lingvistice ale comunicării în revistele  
electronice pentru femei. Analiză contrastivă (limba  
română/ limba italiană)**

## **REZUMAT**

**COORDONATOR ȘTIINȚIFIC:**

Prof. univ. dr. Rodica-Mărioara Nagy

**DOCTORAND:**

Pavel Cornelia Nichifor

**SUCEAVA, 2017**

## CUPRINS

<b>INTRODUCERE</b>	p.5
<b>1. Preambul motivațional și metodologic</b>	p.6
<b>2. Corpusul de lucru</b>	p.9
<b>3. Structura lucrării</b>	p.10
<b>4. Domeniul de studiu; concepte și terminologie</b>	p.12

### PARTEA I

<b>TIPURI ȘI VARIANTE DISCURSIVE ÎN COMUNICAREA MEDIATICĂ</b>	p.15
<b>1. Comunicarea: generalități</b>	p.16
1.1. Principii și funcții ale comunicării	p.20
1.2. Tipuri de comunicare	p.25
<b>2. Comunicare mediatică. Scurtă istorie a presei scrise</b>	p.28
<b>3. Limbă. Limbaj. Tipuri de limbaje</b>	p.33
3.1. Limbă/ Discurs/ Text	p.35
3.1.1. Accepții ale noțiunii de „discurs” și tipuri de discurs	p.37
3.1.2. Clasificarea variantelor discursive	p.41
3.2. Discursul mediatic și analiza limbajului mediatic	p.41
3.3. Sintaxa discursului în procesul comunicării	p.42
3.4. Interpretarea pragmatică a discursului	p.43
3.5. Coeziune și coerență discursivă	p.44
<b>4. Comunicarea online. Spațiul virtual și limbajul comunităților online</b>	p.46
<b>Concluzii parțiale</b>	p.49

### PARTEA A II-A

<b>LIMBAJUL PUBLICISTIC ROMÂNESC ȘI ITALIAN. SCURT ISTORIC</b>	p.51
<b>1. Limbajul publicistic din perspectiva stilisticii generale</b>	p.52
1.1. Perspective de abordare ale stilului funcțional/ limbaj în lingvistica românească	p.56

1.2. Perspective de abordare ale stilului funcțional în lingvistica italiană	p.58
<b>2. Presa românească și presa italiană</b>	p.61
2.1. Originea și evoluția presei românești și italiene în secolul al XIX-lea	p.61
2.2. Tipologia presei românești și tipologia presei italiene	p.67
2.3. Originea, evoluția și tipologia presei feminine românești și italiene	p.71
<b>3. Limbajul presei românești și limbajul presei italiene</b>	p.77
<b>4. Publicistica românească și publicistica italiană actuală</b>	p.84
<b>Concluzii parțiale</b>	p.92

## **PARTEA A III-A**

<b>TRĂSĂTURI ALE DISCURSULUI ÎN REVISTELE ELECTRONICE DESTINATE PUBLICULUI FEMININ (PUBLICATE PE SITE-URI ROMÂNEȘTI ȘI ITALIENE)</b>	p.94
--	------

<b>1. Revistele electronice destinate publicului feminin</b>	p.95
1.1. Tematica revistelor tradiționale. Tipuri de articole	p.98
1.2. Revistele tradiționale versus revistele online	p.98
1.3. Limbajul presei electronice. Limbajul modei	p.101
1.4. Discursul modei și limbajul publicitar	p.106
<b>2. Nivelul morfo-sintactic</b>	p.109
2.1. Rolul morfemelor lexicale în formarea de lexeme expresive	p.109
2.1.1. Derivarea cu prefixe/ prefixoide	p.110
2.1.2. Derivarea cu sufixe	p.113
2.2. Particularități sintactice	p.114
2.2.1. Enumerația	p.115
2.2.2. Repetiția	p.116
2.2.3. Elipsa predicatului	p.117
2.2.4. Compunerea ad-hoc de lexeme complexe	p.118
2.2.5. Interjecția cu funcție predicativă	p.119
2.2.6. Comparația expresivă	p.120
2.2.7. Construcțiile imperative	p.122
2.2.7.1. Afirmative	p.122
2.2.7.2. Negative	p.124

2.2.7.3. Construcții cu valoare de imperativ	p.125
2.2.8. Construcțiile interogative	p.127
<b>3. Nivelul lexical</b>	p.129
3.1. Câmpul semantic al <i>modei</i>	p.129
3.2. Terminologia cromatică	p.131
3.2.1. Tipuri de „termeni cromatici”	p.134
3.2.2. Termeni cromatici în revistele electronice destinate publicului feminin	p.139
3.2.3. Formarea termenilor cromatici prin mijloace interne. Realizarea	p.146
denumirilor pentru nuanțe și culori intermediare. Trasături morfo-sintactice	
3.2.4. Neologizarea termenilor cromatici. Disponibilități combinatorii	p.148
3.3. Elemente lexicale în presa românească și italiană	p.151
3.3.1. Elemente lexicale din masa vocabularului. Neologismele	p.152
3.3.2. Împrumuturile lexicale. Anglicismele – definiție și accepții	p.158
3.3.3. Adaptarea grafică a anglicismelor în presa feminină românească și	p.160
italiană	
3.3.4. Paralelă între termenii românești și italieni. Terminologia industriei	p.171
frumuseții	
<b>4. Nivelul textual</b>	p.184
4.1. „Discursul repetat” – aspecte teoretice	p.185
4.2. „Discursul repetat” în titlurile de articole din presa feminină românească și	p.188
italiană	
4.2.1. Aspecte gramaticale ale titlurilor	p.192
4.2.2. Aspecte lexico-semantice ale titlurilor	p.196
4.2.3. Aspecte stilistice ale titlurilor	p.199
<b>Concluzii parțiale</b>	p.200
 <b>CONCLUZII FINALE</b>	 p.202
 <b>BIBLIOGRAFIE</b>	 p.211

## **CUVINTE-CHEIE:**

*comunicare, limbă, limbaj, discurs, text, cuvânt, vocabular, lexic, limbaj publicistic, limbaj publicitar, presă, limbajul presei, reviste electronice, limbajul modei, dinamica vocabularului, formarea cuvintelor, derivare, afixe, sufixe, compunere, termeni cromatici, elemente lexicale, împrumuturi lexicale, discurs repetat, analiză contrastivă.*

## **REZUMAT**

În ultimii ani, limbajul jurnalistic al presei din România și al presei din Italia a constituit subiectul a numeroase studii de specialitate, cercetări științifice și analize ale organizațiilor media care urmăresc cu atenție fenomenul actului mediatic la toate nivelurile, concretizate prin publicarea de articole și studii în revistele de specialitate, precum și în volume la care vom face referire în cercetarea noastră.

### **1. Preambul motivațional și metodologic**

Teza noastră de doctorat își propune să identifice specificul lingvistic din principalele reviste electronice pentru femei și, să evidențieze o serie de particularități lingvistice ale discursului, în contextul sociolingvistic al celor două idiomuri: cel românesc și cel italian. Scopul cercetării noastre îl constituie abordarea pragmatico-discursivă și sociolingvistică a presei destinate femeilor, mai precis, a limbajului presei feminine și, surprinderea aspectelor morfo-sintactice, lexicale, textuale și stilistice evidențiate de corpus. Cercetarea propune o abordare pragmatică a discursului jurnalistic românesc și italian, analizând limbajul din presa feminină din punct de vedere lingvistic, utilizând o analiză de tip calitativ, analiza de discurs.

Având caracter contrastiv, cercetarea noastră poate fi introdusă în categoria cercetărilor de actualitate, deoarece analizează raporturile existente între cele două comunități culturale și lingvistice: cea românească și cea italiană și, identifică unele posibile asemănări/diferențe la nivelul discursurilor media. Subiectul cercetării poate reprezenta o provocare în domeniul comunicării și, de asemenea, în domeniul lingvistic, atât prin dinamica sa, cât și prin analiza fenomenului. Am stabilit următoarele obiective:

- abordarea contrastivă a diferitelor tipuri de reviste adresate publicului feminin românesc și italian
- realizarea unei tipologii a presei feminine românești și italiene
- analiza particularităților morfo-sintactice, lexicale, textuale și stilistice.

Metoda folosită în cercetare este una sincronică și contrastivă, urmărind relația dintre uz - presa scrisă (în cazul nostru articole publicate online pe site-uri revistelor românești și italiene) și norma academică sau literară (reflectată în lucrările lexicografice). Cercetarea întreprinsă inițial pe terenul limbii române este completată ulterior cu informații obținute pe baza câtorva lucrări lexicografice de limbă italiană.

Analiza fenomenului actului mediatic a constituit tema unor cercetări, care s-au concretizat prin publicarea de articole și studii în revistele de specialitate, precum și în volume la care vom face referire în studiul nostru. Pentru a putea aplica modul de cercetare, am valorificat sursele bibliografice provenite din domeniile: lingvistică generală, științele comunicării, analiza discursului, semiotică, am consultat teze de doctorat, la care am adăugat dicționare de specialitate.

Revistele adresate publicului feminin reprezintă un segment important de presă atât la nivel național, cât și internațional. Câteva posibile explicații ale capacității acestor publicații de a «colecta» audiențe stabile (presa feminină, cu o relativă regularitate a vânzărilor, fiind mai puțin vulnerabilă în condițiile tranziției economice), regăsim în interesanta abordare a lui Marian Petcu, *Cui îi datorează prosperitatea acest tip de presă?*<sup>1</sup> și anume: *Promovarea spectacularului și imaginarului* – prin care se întreține impresia unei participări active în lumea mondenă; *Abordarea temelor imuabile, prin recursul la mit* - se oferă cititoarelor/cititorilor posibilitatea de a imita, în aceeași manieră, așa cum miturile arhaice invitau oamenii primitivi la imitație; *Conținutul specific* - se întreține iluzia unei inserții în realitate; *Confortul lecturii* - unele publicații feminine consideră că folosirea imaginilor și a graficii dublează impactul pozitiv asupra cititoarelor; *Mediul socio-economic* - publicul feminin dă curs apelului la achiziționarea de produse mediatice ce oferă ocazii de relaxare, de stimulare a imaginației etc; *Adecvarea la publicuri-țintă* - se regăsesc titluri care se adresează unui public riguros definit; *Caracterul nonevenimential* al conținutului - folosirea titlurilor cu impact puternic care vând; *Posibilitățile de „teaurizare”* - datorită informațiilor oferite publicațiile pot fi păstrate timp mai îndelungat.

Dacă ne raportăm la discursul specific revistelor destinate publicului feminin, vom observa că aceste relații se materializează în structuri discursive care vizează curiozitatea și intuiția, trăsături considerate, în mod tradițional, ca fiind apanajul sexului feminin.

## 2. Corpusul de lucru

Caracterul actual al cercetării este dat, în primul rând, de audiența de care se bucură în rândul cititoarelor acest tip de publicații, dar și de faptul că aceste tipuri de revistă prezintă interes pentru cercetători, prin prisma faptului că reflectă principalele aspecte ale dinamicii limbii (a limbii române și a limbii italiene actuale), survenite odată cu evoluția limbii.

Corpusul care stă la baza cercetării este alcătuit din texte selecționate din douăzeci și două de reviste în format electronic, publicate pe site-uri românești și italiene, reviste care se adresează cu precădere publicului feminin. În funcție de segmentul în care fiecare publicație poate fi încadrată regăsim reviste: de lux/ *glossy*: „*Cosmopolitan*”, „*Elle*”, „*Viva*”, „*Vogue*”, „*Marie Claire*”, „*The One*”, „*Unica*”, „*Vanity Fair*”, reviste de masă/ *populare*: „*Ioana*”, „*Click! Pentru femei*”, „*Oggi*”, reviste de mijloc: „*Avantaje*”, „*Femeia*”, „*Tabu*”, „*Grazia*”, „*Amica*”, „*Gioia*”, „*Io Donna*”, „*Donna Moderna*”, „*D – la Repubblica delle donne*”, revista specializată/ *de nișă* „*Mami*”, revista în format mic/ *pocket* „*Glamour*”. Ne propunem o descriere generală a revistelor ce reprezintă corpusul nostru (scurt istoric, anul apariției, editorul, temele abordate) și, observăm rubricile comune și specifice.

Exemplele sunt însoțite între paranteze, de numele publicației din care a fost extras exemplul și de data apariției acestuia. Prin scrierea cu caractere italice am evidențiat segmentul la care am făcut referire. Menționăm că exemplele care fac obiectul analizei noastre au fost excerptate din arhivele edițiilor online ale acestor publicații, din perioada 2007–2017.

## 3. Structura lucrării

Examinarea materialului selectat impune tratarea temei în următoarea structură pe care o vom prezenta succint. În partea introductivă a cercetării noastre ne vom opri asupra motivării investigației, a scopului cercetării și a obiectivelor pe care ni le-am propus, a

---

<sup>1</sup> Marian Petcu, *Tipologia presei românești*, Institutul European, 2000, Iași, pp. 233-234

corpusului analizat și a metodologiei urmate. Structura lucrării cuprinde introducerea, trei părți, concluzii parțiale, concluziile finale și referințele bibliografice.

În prima parte a tezei de doctorat, intitulată *Tipuri și variante discursive în comunicarea mediatică*<sup>2</sup>, vom urmări definirea conceptelor de „comunicare”, „comunicare mediatică”, „discurs/ limbaj/ text” și variatele accepțiuni ce au fost date acestora și, de asemenea „vizăm trecerea în revistă a opiniilor principalilor specialiști în domeniul comunicării. Prezentarea acestor concepte (din perspectiva lingvisticii românești și a lingvisticii italiene) constituie un discurs preliminar necesar, pentru a putea propune o metodă de analiză care să servească demersului nostru viitor de cercetare”<sup>3</sup>. Concentrarea cercetării noastre pe segmentul comunicării mediatice ne determină să vorbim despre mutațiile tehnice ce privesc presa scrisă.

În partea a doua a lucrării, *Limbajul publicistic românesc și italian. Scurt istoric*, ne vom ocupa de analiza limbajului jurnalistic din perspectiva stilisticii generale, contextul în care s-a format stilul publicistic în cele două culturi și rolul pe care l-a avut presa în formarea limbii române literare moderne și a limbii naționale italiene.

Ceea ce ne propunem în acest segment al cercetării noastre este evidențierea complexității terminologice cu referire la limbajele de specialitate în limba română și italiană și oferirea unei viziuni de ansamblu asupra apariției și evoluției presei românești și italiene și a contextului în care s-a format stilul publicistic în cele două culturi. Considerăm necesară o trecere în revistă a etapelor cercetărilor cu privire la limbajele de specialitate, complexitate dată, mai ales, de diversele perspective de abordare din lingvistica italiană. Această perspectivă de analiză va sublinia rolului presei scrise în formarea limbii literare românești și italiene și ne va permite ilustrarea caracteristicilor actuale ale limbajului publicistic. Având în vedere abordarea comparativă pe care intenționăm să o propunem în cercetarea noastră, vom schița evoluția presei românești și italiene, de la origini și până în epoca actuală.

Dacă în cercetările românești de lingvistică, varietățile limbii literare sunt cunoscute sub denumirea de *stiluri funcționale* sau *limbaje*, în cercetările lingvistice italiene întâlnim o terminologie diversificată, unii cercetători punând semnul echivalenței între *subcoduri* și *limbaje speciale*, alții susținând că *subcodurile* ar fi sinonime doar cu *limbajele sectoriale*. Balboni pune sub semnul sinonimiei termenii *tehnolecte* și *microlimbă*, primul termen referindu-se la limbajul tehnicienilor, cel de-al doilea trimitând la limbă. În timp ce termenul *tecnolecto* a dispărut din sociolingvistică, termenul *microlimbă* este folosit în sectorul științific și profesional.

În ceea ce privește analiza limbajului publicistic românesc și italian, am avut în vedere observarea comparativă a originii și a evoluției limbajului publicistic românesc și italian (trăsăturile actuale ale limbajului adoptat de presă în România și Italia), cât și observarea comparativă a originii, a evoluției și tipologia presei feminine românești și italiene. Am pus în evidență momentele care au marcat apariția primelor cotidiene în cele două spații culturale, analizând rolul pe care presa l-a avut în formarea limbii române literare și a limbii italiene unitare. Am subliniat rolul pe care l-au avut „Albina românească”, „Curierul românesc” și „Gazeta de Transilvania” în formarea stilului publicistic românesc și a limbii române literare.

În ceea ce privește istoria limbii italiene, un rol important i-a revenit presei, care alături de școală a contribuit la difuzare națională a limbii italiene. Primele periodice românești au contribuit la îmbogățirea lexicului limbii române prin introducerea de termeni noi impuși de dezvoltarea societății românești din secolul al XIX-lea, iar prin asimilarea unor

---

<sup>2</sup> Cornelia Pavel Nichifor, *Discursive types and variants in media communication (Tipuri și variante discursive în comunicarea mediatică)*, articol prezentat în cadrul The International Scientific Conference *Literature, Discourse and Multicultural Dialogue*, 2 en Edition, Tîrgu Mureș, 4-5 December 2014, “Petru Maior” University of Tîrgu Mureș, disponibil la adresa: <http://www.upm.ro/ldmd/LDMD-02/Lds/Lds%2002%2028.pdf>

<sup>3</sup> *Ibidem*

elemente aparținând altor stiluri ale limbii, stilul publicistic a conferit limbii literare trăsături noi.

Analizei limbajului presei românești i-au fost dedicate numeroase studii de specialitate. Cercetătorii Rodica Zafiu (*Diversitate stilistică în româna actuală*), Stelian Dumistrăcel (*Discursul repetat în textul jurnalistic*), Ilie Rad (*Stil și limbaj în mass-media din România*) au sintetizat câteva dintre caracteristicile limbajului publicistic românesc, caracteristici pe care le vom enumera mai jos: predilecția ziariștilor pentru „neologismul șocant”, predilecția pentru „jocul de cuvinte facil” și pentru „explozia de inventivitate lexicală”, predilecția pentru titlurile incitante în defavoarea celor informative, predilecția pentru utilizarea mărcilor oralității, predilecția pentru crearea senzaționalului prin efecte stilistice, utilizarea enunțurilor din sfera discursului repetat etc. În lingvistica italiană aceste particularități, nu se regăsesc, o posibilă explicație, așa cum preciza Tullio De Mauro (cf. De Mauro, *Storia linguistica dell'Italia unita*), poate fi dedusă din domeniul istoriei culturale și se referă la prestigiul cultural al limbii italiene. Politica lingvistică, presa (care a contribuit la difuzarea limbii italiene, în rândul unei populații majoritar dialectofonă – și aici reamintim faptul că, în momentul formării Italiei ca stat unitar, în anul 1861, doar 2,5% din populație era italofonă) și, mai apoi, radioul și televiziunea au favorizat vorbitorilor însușirea limbii literare și utilizarea ei în exprimare. Limbajul publicistic italian s-a orientat, mai întâi, către limbajul birocratic-administrativ, ulterior, odată cu apariția cotidianului „La Repubblica”, către un stil apropiat limbii vorbite.

Am remarcat că ușurința limbii române de a împrumuta și de a asimila anglicisme, a generat atitudini opuse în rândul oamenilor de cultură și al lingviștilor. Toleranța exprimată de către lingviști (Adriana Stoichițoiu Ichim, Mioara Avram, Valeria Guțu Romalo, Rodica Zafiu, Florica Dimitrescu, Teodor Hristea etc) este justificată prin dorința de a semnala prezența împrumuturilor recente și normarea uzului, în detrimentul împiedicării pătrunderii în vocabular a cuvintelor de origine engleză. Beccaria (cf. Beccaria, *Italiano oggi: l'antico, il nuovo*) consideră că italiana a suferit puține modificări în timp, fiind încă ancorată în trecut și rămânând aproape de origini. Fenomenul este explicat de către lingvist tocmai prin atitudinea solidară adoptată de oamenii de cultură și de lingviștii italieni față de limba engleză, prin care se evită utilizarea anglicismelor. Totuși, în ultimul timp împrumutul din alte limbi reprezintă un aspect al îmbogățirii lingvistice. Din cauza prezenței masive de anglicisme, limba italiană a fost supranumită de lingvistul Gian Luigi Beccaria, cu ironie, dar și cu tandrețe, „la lingua dell'okay”.

Scopul analizei noastre în partea a treia *Trăsături ale discursului în revistele electronice destinate publicului feminin (publicate pe site-uri românești și italiene)*, în care se regăsesc trei articole ale noastre și anume: *Elemente lexicale recente în presa românească și italiană. Moda anglicismelor*<sup>4</sup>; *Termeni cromatici în revistele electronice destinate publicului feminin. Culorile cuvintelor*<sup>5</sup>; *Discursul repetat în titlurile de articole din presa feminină românească și italiană*<sup>6</sup>, îl constituie abordarea pragmatico-discursivă a limbajului presei feminine, în revistele electronice destinate publicului feminin și, surprinderea aspectelor morfo-sintactice, lexicale, textuale și stilistice evidențiate de corpus.

---

<sup>4</sup> Cornelia Pavel Nichifor, *Elemente lexicale recente în presa românească și italiană. Moda anglicismelor*, în *Noi direcții în cercetarea textelor și discursurilor* (coord. Rodica Nagy et alii.), Presa Universitară Clujeană, 2014, pp.245-260

<sup>5</sup> Cornelia Pavel Nichifor, *Termeni cromatici în revistele electronice destinate publicului feminin. Culorile cuvintelor*, în *Discurs critic și variație lingvistică. De la frază la text: Lingvistică și Literatură* (coord. Rodica Nagy et alii.), Presa Universitară Clujeană, 2015, pp.323-334

<sup>6</sup> Cornelia Pavel Nichifor, *Discursul repetat în titlurile de articole din presa feminină românească și italiană*, în *Meridian critic. Critical discourse and linguistic variation: cultural and linguistic stereotypes*, Universitatea „Ștefan cel Mare”, nr.1, vol. 26, 2016, pp.161-171



Ne propunem să identificăm specificul lingvistic feminin și caracteristicile limbajelor sectoriale care se răspândesc prin intermediul mass-media, făcând o paralelă între limbajul revistelor de modă din România și din Italia (diferențele se datorează periodicelor italienești, care apar cu mai bine de 50 de ani înaintea celor din România), să descriem principalele aspecte ale împrumuturilor și ale dinamicii sensului, să identificăm elementele lexicale din presa românească și italiană și, să analizăm modalitățile de exprimare a termenilor cromatici și prezența construcțiilor aparținând „enunțurilor aparținând discursului repetat” din presa feminină românească și italiană. Teza are în vedere și determinarea impactului anglicismelor (index de termeni românești și italieni, organizat sub forma unui tabel comparativ, cu înregistrările anglicismelor, în principalele dicționare de neologisme ale celor două limbi), asupra sistemului lingvistic al celor două idiomuri. Considerăm necesară o analiză a elemente morfo-sintactice care au mare însemnătate, în realizarea tehnicilor de captare a atenției și de persuadare și care sunt specifice corpusului pe care îl avem în vedere.

Analizând limbajul modei, cercetătoarei Rodica Zafiu subliniază faptul că limbajul revistelor de modă este un amestec de terminologia tehnică și stil colocvial, de cuvinte și expresii străine, diminutive glumețe, exclamații afective și conchide că în sfera modei, împrumuturile lexicale sunt foarte numeroase și că, alături de engleza dominantă, franceza și-a păstrat un oarecare prestigiu, prin cuvintele și expresiile selectate pentru conotațiile lor de stil și eleganță. În ceea ce privește media italiană contemporană, Maria Catricală consideră că, relativa lipsă de studii sincrone dedicate limbajului modei italiene, poate fi atribuită următorilor factori: în comparație cu alte limbi de specialitate (limbajul juridic, limbajul medical), domeniul modei se bucură de un prestigiu minor, în principal datorită faptului că „moda”, prin definiție, este subiectul unor schimbări continue, desuete, nu doar în ceea ce privește conținutul, ci și aspectele lingvistice. Strânsa legătură dintre limbă și imagine reduce necesitatea unor precizări terminologice, complicând astfel analiza lingvistică și definiția varietății limbii italiene pentru domeniul modei.

În urma influenței engleze asupra limbii române, o parte dintre termenii englezi s-au românizat sub aspect fonetic, grafic, morfosintactic, alții se află în plin proces de adaptare la sistemul limbii române. Potrivit specialiștilor, anglicismele nu determină o „alterare” a limbii române, ci, dimpotrivă, contribuie la permanența ei înnoire, la nuanțarea ei semantică și stilistică, la modernizarea lexicului.

În ceea ce privește nivelul morfo-sintactic, vom analiza elementele morfo-sintactice care joacă un rol fundamental în realizarea tehnicilor de captare a atenției și de persuadare și care sunt specifice corpusului pe care îl avem în vedere. În lexicul specializat al revistelor destinate publicului feminin, o poziție privilegiată o au cuvintele (substantive, adjective și adverbe) derivate cu ajutorul afixelor care, prin semantica lor, au rolul de a amplifica sau de a diminua caracteristicile noțiunilor exprimate prin rădăcina lor lexicală. Funcția persuasivă a discursului jurnalistic se realizează și la nivelul sintactic, printr-o serie de tehnici și procedee menite să amplifice efectele retorice ale enunțului.

Vom analiza modalitățile de exprimare a termenilor cromatici și principalele aspecte ale diminutivării, vom descrie modul în care acești termeni sunt definiți în câteva lucrări lexicografice și vom stabili asemănările și/ sau deosebirile privind modalitatea de definire a termenilor supuși analizei în dicționarele românești, pe de o parte, și străine, pe de altă parte. Astfel, vom urmări extensiunea câtorva termeni cromatici din domeniul Modei, care contribuie la culoarea limbii române și italiene. Vom prezenta apoi rezultatele unei analize privind prezența construcțiilor aparținând *discursului repetat* în titlurile de articole din presa feminină românească și italiană. Vom realiza o analiză a titlurilor din presa feminină, în funcție de componenta gramaticală a acestuia și de cea lexico-semantică, observând și principalele figuri de stil folosite.

Ne propunem o trecere în revistă a clasificărilor titlurilor așa cum apar acestea în presă, analizând mai apoi efectele produse de „destructurarea” și de „restructurarea” enunțului aparținând „discursului repetat” în titlurile din presa feminină, pe baza celor patru figuri de construcție ale lui Quintilian<sup>7</sup>: *detractio* („suprimarea”), *adiectio* („adăugarea”), *immutatio* („substituirea”) și *transmutatio* („permutarea”).

Analiza acestor enunțuri utilizate în presa românească și italiană a constituit tema unor cercetări întreprinse în ultimii ani de către Stelian Dumistrăcel, materializate în numeroase articole, cât și în două volume la care vom face referire în studiul nostru. Astfel, adoptând schema propusă de Stelian Dumistrăcel și plecând de la considerațiile Mariei Cvasnii Cătănescu referitoare la titlurile din publicistica românească și italiană, intenționăm să ne oprim asupra prezenței și a rolului enunțurilor aparținând *discursului repetat* în titlurile de articole și să prezentăm o selecție minimă de astfel de exemple, cu precizarea că, în majoritatea cazurilor, este vorba de titluri sau chiar subtitluri ale acestora. În lingvistica italiană, analiza acestor enunțuri a fost cercetată în cadrul unor studii în care se urmărea evidențierea caracteristicilor limbajului publicistic italian (Dardano, Beccaria etc.).

#### 4. Domeniul de studiu; concepte și terminologie

Considerăm că se impun și precizări referitoare la principalele concepte care se vor regăsi în prezenta teză:

- „comunicare” a cărei semnificație va fi precizată pe larg în capitolul 1 (Partea I). Conceptul de „comunicare”, utilizat atât în vorbirea uzuală românească și italiană, cât și în terminologia unor domenii diverse, derutează prin multitudinea accepțiunilor sale. „*Comunicarea mediatizată* utilizează întotdeauna un suport tehnic și vizează fie un destinatar individual (telefonul, scrisoarea), fie un destinatar colectiv (afișele electorale, televiziunea, internetul, cărțile, filmele, presa scrisă, radioul)”<sup>8</sup>;

- „limbă/ limbaj” - Lingvistul Ioan Oprea precizează că „această distincție se poate face doar în unele limbi, și anume: în română – *limbaj/ limbă*; în italiană – *linguaggio/ lingua*; în franceză – *langage/ langue*; în spaniolă – *lenguaje/ lengua*; în portugheză – *linguagem/ língua*. Însă, această delimitare nu se regăsește în alte limbi precum engleza sau germana, în care prin același termen (*language, Sprache*) se redau conceptele de „facultate umană” și de „mijloc de comunicare”<sup>9</sup>;

- „discurs” - „Abordări mai recente ale termenului pun accent pe latura constructivă, prezentând *discursul* ca pe un ansamblu de strategii corelate cu o anumită situație de comunicare”<sup>10</sup>. Astfel, *discursul* este pus în opoziție cu termeni ca *limbaj, limbă, vorbire, enunț, text*, fiind definit ca unitate comunicațională aparținând unui gen discursiv specializat (roman, articolul de ziar etc), ca realizare individuală a limbii;

- „limbajul modei” - Potrivit opiniei cercetătoarei Rodica Zafiu „limbajul revistelor de modă și al paginilor de internet este un amestec destul de straniu de terminologia tehnică și stil colocvial, de cuvinte și expresii străine, diminutive glumețe, exclamații afective, etc”<sup>11</sup>.

---

<sup>7</sup> Stelian Dumistrăcel, *Discursul repetat în textul jurnalistic*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2006, pp.127-150.

<sup>8</sup> Cornelia Pavel Nichifor, *Discursive types and variants in media communication (Tipuri și variante discursive în comunicarea mediatică)*, articol prezentat în cadrul The International Scientific Conference *Literature, Discourse and Multicultural Dialogue*, 2 en Edition, Tîrgu Mureș, 4-5 December 2014, “Petru Maior” University of Tîrgu Mureș, disponibil la adresa: <http://www.upm.ro/ldmd/LDMD-02/Lds/Lds%2002%2028.pdf>

<sup>9</sup> *Ibidem*

<sup>10</sup> *Ibidem*

<sup>11</sup> Rodica Zafiu, *Păcatele limbii: Limbajul chic*, în „România literară”, numărul 18, 2009, disponibil la adresa: [http://www.romlit.ro/limbajul\\_chic](http://www.romlit.ro/limbajul_chic)

Maria Catricală consideră că, „moda”, prin definiție, este „subiectul unor schimbări continue, desuete, nu doar în ceea ce privește conținutul, ci și aspectele lingvistice”<sup>12</sup>;

- „termeni cromatici” - În sintagma „termeni cromatici” sunt incluși atât termenii care din punct de vedere științific poartă denumirea de *culori* (considerați fundamentali atât în cultura română, cât și în cultura italiană)<sup>13</sup>: *Roșu/Rosso, Galben/Giallo, Albastru/Azzurro, Verde/Verde*, cât și *non – culorile: Alb/Bianco și Negru/Nero*;

- „neologisme” - În clasificarea lui Eugeniu Pavel și Costin Rucăreanu „apare distincția dintre: „neologismele de limbă comună” și „neologismele limbajului de specialitate” (*neonime*). O altă deosebire este aceea referitoare la caracterul de internaționalizare de care se bucură neonimele față de acela al neologismelor comune, care sunt cunoscute, în cadrul grupurilor de activitate unde au luat naștere”<sup>14</sup>;

- „anglicisme” - Dicționarele românești și italiene indică existența multor ipostaze în care împrumutul adaptat total sau parțial coexistă cu forma neadaptată, cele două forme fiind folosite alternativ și oscilant în mass-media. Acest lucru se datorează modului de pătrundere a cuvântului respectiv în limbă, pe cale scrisă sau orală, etimologiei multiple și caracterului recent al cuvântului împrumutat. Ideea conform căreia „dinamica sincronică este rezultatul coexistenței <<noului>> cu <<vechiul>>” explică utilizarea paralelă a variantelor în cazul multor termeni de origine engleză;

- „enunțuri aparținând discursului repetat” cu referire la enunțurile care se încadrează în speciile «discursului repetat».

## 5. Concluzii finale

Concluziile ce s-au desprins în urma analizei efectuate sunt următoarele:

(1). Prin analiză comparativă a rubricilor din revistele electronice pentru femei am constatat că rubricile *Frumusețe* (sau *Beauty* în presa *glossy*), *Modă* (sau *Fashion*) și *Horoscop* sunt prezente în toate publicațiile; aceasta demonstrează că peste tot publicul feminin este interesat de îngrijirea personală, de modă, de frumusețe și de previziunile astrologice. Am constatat că în Italia apar publicații care în România lipsesc, iar unele rubrici sunt absente din revistele autohtone, având în vedere realitatea socială diferită.

(2). Împrumuturile franțuzești își mențin prestigiul, în ciuda anglomaniei jurnalistelor. Am remarcat folosirea termenilor cu circulație internațională (*glamour, haute-couture, prêt-à-porter*) și revenirea la scrierea etimologică în cazul termenului *chic*, care demonstrează ori snobismul jurnaliștilor sau stăpânirea precară a normei.

(3). Deși procedeu derivării cu prefixe este unul natural și productiv în limbile română și italiană, nu putem afirma că ar fi specific discursului din presa feminină; totuși, derivarea cu unele prefixoide de etimologie greacă sau latină a devenit un procedeu extrem de uzitat pentru a amplifica sau diminua trăsăturile exprimate prin lexemele pe care le modifică. Construcțiile formate prin derivare cu prefixoide, numite *derivate sintagmatiche*, au fost studiate de L. Guilbert<sup>15</sup>. Am considerat necesară o analiză a acelor elemente morfosintactice

<sup>12</sup> Maria Catricală, *Per filo e per segno. Scritture della moda di ieri e di oggi*. Atti del convegno (Roma, Museo Boncompagni-Ludovini, 10 Dicembre 2003), Roma, Rubbettino, 2004.

<sup>13</sup> Giovanni Adamo, Valeria Della Valle, *Le parole del lessico italiano*, Roma, Carocci Editore, 2008, pp.93-95.

<sup>14</sup> Eugeniu Pavel, Costin Rucăreanu, *Introducere în terminologie. Noțiuni fundamentale*, Editura Academiei Române, Editura Agir, București, 2001, p.52

<sup>15</sup> Louis Guilbert, *La créativité lexicale*, Paris, Larousse, 1975, p. 205.

care joacă un rol fundamental în realizarea tehnicilor de captare a atenției și de persuadare și care sunt specifice corpusului pe care îl avem în vedere:

Afixele lexicale specifice limbilor română și italiană sunt prefixele și sufixele, care pot altera sau modifica în intensitate sensul denotativ al rădăcinii, adăugându-i, uneori, nuanțe conotative expresive sau afective. Adăugate la adjective și adverbe, afixele cu rol de amplificare exprimă nuanțe superlative. Afixele cu rol de diminuare acționează ca modificatori ai dimensiunilor sau intensității, adăugând, de multe ori, o nuanță afectiv-emoțională sensului denotativ.

Aceste prefixoide apar frecvent în titlurile articolelor:

*Prefixoide augmentative: - mega, - super, - ultra, - hiper: mega surpriză, super papă, ultra-cool, hiper-energie;*

*Prefixoide diminutive: - mini, - micro: mini guida, micro carouri.*

Remarcăm că, în limba italiană aceste prefixoide apar în general ca lexeme separate, în timp ce în limba română grafia lor oscilează între juxtapunere, scriere cu cratimă sau aglutinare.

Sufixarea stilistică include exprimarea sintetică a superlativului unor adjective și adverbe și diminutivarea substantivelor.

(4). În ciuda așteptărilor, substantivele și adjectivele derivate cu sufixe diminutive nu constituie o categorie bine reprezentată în textele din corpusul analizat:

*Sufixe superlative: sufixele –issimus și –errimus nu s-au moștenit în limbile romanice, însă unele au fost readoptate sub formă de împrumuturi culte: - fine settimana lunghissimo, altissimi livelli.*

Italiana se deosebește fundamental de română, deoarece în limba italiană sufixul –issimo este funcțional și productiv, putându-se combina cu orice adjectiv sau adverb care permite categoria gramaticală a comparației, în timp ce, în limba română, puținele adjective și adverbe (*rarisim, importantisim, simplisim*) care conțin acest sufix sunt împrumutate ca atare<sup>16</sup>.

*Sufixe diminutive: aceste lexeme apar cu precădere în articolele destinate relației mamă-copil: micuțul tău, prima monetina.*

(5). Funcția persuasivă a discursului jurnalistic se realizează și la nivelul sintactic, printr-o serie de tehnici și procedee menite să amplifice efectele retorice ale enunțului, declanșând astfel răspunsul cititorului ca reacție la jocul de alternare între previzibil și inedit.

Enumerația: cea mai simplă formă de enumerație este polisindetul alcătuit din trei elemente, din care ultimele două sunt coordonate cu ajutorul conjuncției copulative: *pancia liscia, piatta e lineare.*

Asindetul prin eliminarea conjuncției copulative devin mai expresive: *Filme, muzică, vedete.*

Enumerațiile ajung uneori să acumuleze mai mult de cinci termeni, altele au forma unor scurte enunțuri coordonate.

Repetiția: reluarea unui lexem sau a unei sintagme complexe stabilizează și accentuează rolul acestora în discurs, constituind o figură stilistică a insistenței, cu rol de amplificare.

Elipsa predicatului: în poziție cataforică, enunțurile eliptice de predicat anticipează o informație încă neenunțată; în poziție anaforică, unde ele continuă o idee deja enunțată, adăugându-i informații suplimentare.

---

<sup>16</sup> Iorgu Iordan, *Limba română contemporană*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1956, p. 352.

Compunerea ad-hoc de lexeme complexe: unii autori de articole recurg la crearea de sintagme mai mult sau mai puțin complexe prin procedeul lexical al compunerii. De multe ori, lexemele compuse sunt calcuri după colocații din franceză sau engleză.

Interjecția cu funcție predicativă: specifice comunicării orale și, în general, stilurilor informale, aceste interjecții creează senzația de continuitate între spațiul și timpul autorului și cele ale cititorului.

(6). În presa feminină, figura comparației nu este unul din procedeele stilistice preferate, de aceea prezența comparațiilor este cu atât mai expresivă atunci când acestea sunt utilizate. Prezența comparației în titluri urmărește, un efect de captare a atenției; efectul comparației este, în general, de augmentare sau de intensificare a trăsăturii respective. Uneori autorii articolelor creează uneori comparații inedite, cu un impact emoțional imediat.

(7). Din observațiile noastre, enunțurile imperative apar mai curând în revistele populare decât în cele de lux. Probabil că, venind din spațiul cultural american, unde orice cititor poate câștiga un proces împotriva unui ziar căruia i-a urmat sfaturile (cu consecințe nefaste), aceste reviste preferă să păstreze o poziție de neutralitate în acest sens.

(8). Putem menționa că presa feminină prezintă foarte multe anglicisme, cele mai multe apar în revistele *glossy*, revistele *pocket* și în cele din urmă, de revistele *populare*. Este relevant faptul că acestea sunt o realitate chiar și în revistele naționale destinate unui public mai puțin elitist și care au în structura lor rubrici cu caracter practic legate de gospodărie, grădinarit, creșterea copiilor, bucătărie etc.

(9). Revistele populare preiau din revistele de lux interesul pentru rubricile de modă și frumusețe, dar și terminologia englezească, în scopul de a valida adecvarea conținuturilor prin aparenta înscriere în unele curente de gândire internaționale.

(10). Frecvența ridicată în folosirea unor cuvinte englezești care au, totuși, corespondent în limba română, desemnează conturarea unei mode lingvistice existente în limbajul presei actuale: ex. *look* pentru *înfățișare* (ro.), *aspetto* (it.); *hair stylist* pentru *coafeză*, *frizer* (ro.), *coiffeur* (it.); *hair-styling* pentru *profesia de coafor*, *frizer* (ro.), *parrucchiere* (it.); *brand* pentru *marcă comercială* (ro.), *marchio* (it.); *make-up* pentru *machieaj al feței* (ro.), *trucco* (it.); *shopping* pentru *mersul la cumpărături* (ro.), *fare la spesa* (it.); *fashion* pentru *modă* (ro.), *moda* (it.); *t-shirt* pentru *bluză de bumbac* (ro.), *maglia* (it.); *outfit* pentru *ținută* (ro.), *abbigliamento* (it.).

(11). Am dorit să verificăm în ce măsură termenii englezești coincid cu cei autohtoni și în ce raport se află cele două variante de exprimare a aceleiași realități. În acest scop am selectat trei dintre termenii englezești cu un număr mare de ocurențe și am căutat în paginile web ale celor douăsprezece reviste echivalentele românești, respectiv italiene, ale acestor anglicisme de lux. Constatăm că, în mod surprinzător, există numeroase situații în care termenul autohton este mai puțin utilizat decât anglicismul corespunzător, existând uneori diferențe uriașe între ocurențele celor doi:

- în revista românească „Cosmopolitan” termenul *fashion* apare de 4467 ori, în timp ce termenul *modă* apare doar de 1401 ori;

- în versiunea românească a revistei „Elle” se observă preferința pentru anglicismul *style* (6056 ori) în detrimentul corespondentului românesc *stil* (3221 ori);

- revista „Unica” păstrează, totuși, predilecția pentru termenii românești, care au o frecvență mai ridicată decât cei englezești;

- revistele de lux italiene favorizează, în mod frecvent, termenul englezesc;  
- revista populară „Avantaje” este singura revistă românească în care un termen englezesc, mai exact *style* (10469 ori), depășește numărul de ocurențe al corespondentului românesc *stil* (3352 ori), așadar revistele populare românești sunt mai conservatoare în această privință, deoarece se adresează unui public mai puțin informat sau interesat, de multe ori necunoscător al limbii engleze;

- revistele populare italiene par să echilibreze cele două tendințe, cea națională și cea de globalizare, termenul *beauty* fiind singurul care nu este depășit, în nicio revistă (nici în cele de lux), de corespondentul italian *bellezza*, ci, dimpotrivă, se află într-un raport de 3:2 față de acesta (media include toate cele șase reviste italienești);

- xenismele pot juca rolul unor eufemisme cu funcție de înnobilitare a unor realități lipsite de strălucire, astfel anglicismele capătă astfel sensuri specializate, care adaugă conotații pozitive unor termeni neutri: *fashion* va fi înțeles nu doar ca „modă”, ci ca „ultima modă”, „ultimul trend în materie de modă” sau ca „*haute couture*”; termenul *hair-stylist* nu va fi perceput ca având sensul de „frizer” sau „coafeză”, ci de artist multilateral care se ocupă de tuns, vopsit, coafat, „maestru” al extensiilor și accesoriilor, care, în plus, coordonează coafura cu fizionomia persoanei și cu restul ținutei pe care aceasta o poartă la o anumită ocazie; termenul *hair-stylist* desemnează un artist care se ocupă de coafură în prezentările de modă *haute couture*, la ora actuală se observă o tendință atât în rândul coaforilor și frizerilor, cât și în rândul clienților acestora, de a utiliza același termen pentru orice absolvent al unui curs de frizerie-coafură; în acest fel, ambele categorii, meseriaș și client, beneficiază de consecințele funcției de înnobilitare ale terminologiei străine;

- termenii englezești dezvoltă aceste sensuri „nobile” în percepția greșită a unui public cu tendințe xenofile.

- putem afirma că vocabularul specific revistelor pentru femei se înscrie într-un câmp semantic specific industriei frumuseții, în interiorul căruia se disting câteva subcâmpuri pluridimensionale bine delimitate: modă, frumusețe, îngrijire, dezvoltare personală etc. Din punct de vedere statistic, lexemele de origine străină sunt mult mai bine reprezentate ca elemente ale terminologiei acestui domeniu, datorită caracterului lor monosemantic

(12). Am remarcat prezența relativ redusă a „enunțurilor aparținând discursului repetat” în forma lor canonică. Enunțurile-titlu au fost interpretate din prisma titlurilor și au fost analizate efectele produse de destructurarea și de restructurarea acestora, pe baza celor patru figuri de construcție ale lui Quintilian (*adăugare, suprimare, înlocuire și permutare*). Pentru relevanța cercetării am notat exemple concrete din presa italiană și din presa românească, arătând astfel, că ceea ce afirmă teoria se regăsește și în realitate.

(13). La nivelul titlurilor, presa feminină, în general, se deosebește de alte segmente prin lipsa elementelor care să șocheze.

(14). La nivel gramatical, am constatat existența titlurilor formate dintr-un singur termen, a titlurilor eliptice, a titlurilor care conțin și un subtitlu. Cele două componente se completează reciproc: titlul, numește un aspect al temei abordate în articol, iar subtitlul, aduce o completare a acestuia.

(15). La nivel lexico-semantic, am observat o adevărată „retorică a numerelor” (cit. din Cvasnî Cătănescu), regăsind în titluri un număr mare de cifre și de procente. De asemenea am observat titluri ce conțin cuvinte formate recent în limbă, cât și împrumuturi neologice.

(16). Legat de trăsăturile stilistice ale titlurilor, am constatat că titlurile din revistele pentru femei nu impresionează printr-un număr mare de procedee, în presa feminină fiind folosită *intertextualitatea* sau citarea, fiind preluate citate din literatură, din filme, dar și proverbe, expresii etc. Aceste structuri au fost supuse unor modificări pentru a corespunde intențiilor jurnalistice. Tot din perspectivă stilistică sunt de amintit și figurile de stil: sunt folosite în special figuri fonetice, mai puține figuri sintactice sau semantice.

## BIBLIOGRAFIE

- Adam, Jean Michel, *Lingvistica textuală*, Editura Institutul European, Iași, 2008
- Adamo, Giovanni, Della Valle, Valeria, *Le parole del lessico italiano*, Carocci Editore, Roma, 2008
- Albert, Pierre, *Istoria presei*, Institutul European, Iași, 2002
- Andersen, P. B, *A theory of computer semiotic*, Cambridge University Press, 1990
- Andriescu, Alexandru, *Limba presei românești în secolul al XIX-lea*, Editura Junimea, Iași, 1979
- Apetrei, Iuliana, *Semio-retorica discursului publicitar. Reclama tipărită românească (1918-1939)*, Editura Pim, Iași, 2014, p.16
- Avram, Mioara, *Gramatica pentru toți*, Editura Academiei Române, București, 1986
- Avram, Mioara, *Anglicismele în limba română actuală*, EAR, București, 1997
- Avram, Mioara, *Gramatica pentru toți*, Humanitas, București, 1999, p. 499, în „Limba Română”, XVII (7-9), Chișinău, 2007, pp. 76-81
- Anolli, Luigi, *Psicologia della comunicazione*, Società editrice il Mulino, Bologna, 2002
- Antelmi, Donatella, *Il discorso dei media*, Carocci Editore, Roma, 2006
- Balaban, Delia, *Comunicare mediatică*, Editura Tritonic, București, 2009
- Balboni, Paolo, *Le microlingue scientifico-professionali: natura e insegnamento*, Torino, Utet Libreria, 2000
- Baldelli, Ignazio, *Il libro d'italiano*, Firenze, Sansoni, 1971
- Baltă, Silvia-Nicoleta, *Substantive care denumesc culori în limba română. Aspecte ale sinonimiei*, în „Analele” Universității „Ștefan cel Mare” Suceava, Tomul XV, nr.1, 2009, Editura Universității din Suceava.
- Bahnaru, Vasile, *Conceptul de câmp semantic în lexicologia modernă (cu referire specială la studiile lui Eugeniu Coșeriu)*, ALIL, t. LI, 2011, București, pp. 95-103.
- Barthes, Roland, *Il sistema della moda*, Torino, Einaudi, 1970 [trad. de Lidia Lonzi, *Système de la Mode*, Paris, Seuil, 1967]
- Barthes, Roland, *Mitologii*, Editura Institutul European, Iași, 1997
- Baylon, Christian, Mignot, Xavier, *Comunicarea*, Editura Universității “Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2000
- Bălănescu, Olga, *Limbaje de specialitate*, Editura Universității din București, 2003, disponibil la adresa: <http://ebooks.unibuc.ro/filologie/olga/cuprins.htm>
- Beccaria, Gian Luigi, *I linguaggi settoriali in Italia*, Bompiani, 1973
- Beccaria, Gian Luigi, *Il linguaggio giornalistico*, în „I linguaggi settoriali in Italia”, Bompiani, 1983
- Beccaria, Gian Luigi, *Italiano antico e nuovo*, Garzanti Editore, Milano, 1988
- Beccaria, Gian Luigi, *Italiano antico e nuovo*, Milano, Garzanti Editore, 1992
- Beccaria, Gian Luigi, *Italiano oggi: l'antico, il nuovo*, în “Cuadernos de Filologia italiana”, vol. 9, 2002
- Beccaria, Gian Luigi, *Per difesa e per amore. La lingua italiana oggi*, Garzanti, Milano, 2008.

- Beciu, Camelia, *Comunicare și discurs mediatic: o lectură sociologică*, Editura Comunicare.ro, București, 2009
- Berruto, Gaetano, *Fondamenti di sociolinguistica*, Roma-Bari, Laterza, 2003
- Bertrand, Jean-Claude (coord.), *O introducere în presa scrisă*, Editura Polirom, Iași, 2001
- Bidu-Vrănceanu, Angela, *Systématique des noms de couleurs. Recherche de méthode en sémantique structurale*, Editura Academiei Române, București, 1976
- Bidu-Vrănceanu, Angela, *Structura vocabularului limbii române contemporane*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1986
- Bidu-Vrănceanu, Angela, *Lexic comun, lexic specializat*, Editura Universității din București, 2000
- Bidu-Vrănceanu, Angela, *Lexicul specializat în mișcare. De la dicționare la texte*, Editura Universității din București, 2007
- Bidu-Vrănceanu, Angela, *Câmpuri lexicale din limba română. Probleme teoretice și aplicații practice*, Editura Universității din București, 2008
- Bidu-Vrănceanu, Angela, Forăscu, Narcisa, *Modele de structurare semantică [Cu aplicare la limba română (Polisemie, sinonimie, antonimie, câmpuri)]*, Editura Facla, Timișoara, 1984, p.157.
- Bidu-Vrănceanu, Angela, Forăscu, Narcisa, *Limba română contemporană. Lexicul*, Editura Humanitas Educațional, București, 2005
- Boccia, Pietro, *Comunicazione e mass media*, Zanichelli, Bologna, 1999
- Bondrea, Aurelian, *Sociologia opiniei publice și a mass-media*, Editura Fundației „România de Mâine”, București, 1997
- Bonomi, Ilaria, Masini Andrea, Morgana, Silvia, *La lingua dei quotidiani*, în „La lingua italiana e i mass media”, Carocci Editore, Roma, 2003
- Boutard, Jean-Jacques, *Comunicare, semiotică și semne publicitare*, Editura Tritonic, București, 2005
- Brunelli, Pier Pietro, *Il messaggio cromatico*, Ikon Editore, 2010
- Cabin, Philippe, Dortier, Jean-François, *Comunicarea*, Editura Polirom, Iași, 2010
- Cabré, Maria Teresa, *La terminologia tra lessicologia e documentazione: aspetti storici e importanza sociale*, 1998, articolul citat, disponibil la adresa: [www.assiterm91.org](http://www.assiterm91.org)
- Calimani Sullam, Anna Vera, *Nuovi esotismi nel linguaggio della moda*, în AA.VV. *Saggi di linguistica e di letteratura in memoria di Paolo Zolli*, Padova, Antenore, 1991
- Calligaro, Giulia, *La lingua della moda contemporanea e i suoi forestierismi*, în “Lingua nostra” LX, 1999
- Catricală, Maria, *Per filo e per segno. Scritture della moda di ieri e di oggi*. Atti del convegno (Roma, Museo Boncompagni-Ludovini, 10 Dicembre 2003), Roma, Rubbettino, 2004
- Catricală, Maria, *Il linguaggio della moda*, in Piero Trifone, *Lingua e identità. Una storia sociale dell'italiano*, Carroci, Roma, 2006
- Cesereanu, Ruxandra, *Imaginarul violent al românilor*, București, Editura Humanitas, 2003
- Ciobanu, Georgeta, *Anglicisme în limba română*, Editura Amphora, Timișoara, 1996
- Chelaru-Murăruș, Oana, „Despre culori și nuanțe în epoca globalizării. Noi termeni cromatici în româna actuală (Studiu de caz: gri și maro)” în Rodica Zafiu, Camelia Ușurelu, Helga Bogdan Oprea, *Limba română : ipostaze ale variației lingvistice*, Editura Universității din București, 2011
- Chelaru-Murăruș, Oana, „Dinamica numelor de culori în româna actuală (Studiu de caz: roșu și roz)” în Rodica Zafiu, Ariadna Ștefănescu, *Limba Română. Direcții actuale în cercetarea lingvistică*, Editura Universității din București, 2012
- Coman, Mihai, *Introducere în sistemul mass-media*, Editura Polirom Iași, 2007, disponibil online la adresa: <https://books.google.ro/books?id=ivNqDAAAQBAJ&pg=PT42&lpg=PT42&dq=clasificare+>



a+tipurilor+de+cotidiene&source=bl&ots=89y5LCGZ\_9&sig=ArFEW1dTkXJ38LLRdxebg  
Lm1KXQ&hl=ro&sa=X&ved=0ahUKEwjpru6TIJ3TAhWG2ywKHdiDCsIQ6AEIOTAE#v=onepage&q=clasificare%20a%20tipurilor%20de%20cotidiene&f=false

Condrea, Irina, *Valori stilistice ale formelor diminutive*, în „Limba Română”, XVII (7-9), Chișinău, 2007, pp. 76-81.

Corjan, I.C., *Mass-media și publicitate*, Editura Universității Suceava, Suceava, 2004

Corjan, I.C., *Semiotica limbajului publicitar. Textul și imaginea*, Editura Universității Suceava, 2004, p.260

Corniță, Georgeta, *Manual de stilistică*, Editura Umbria, Baia Mare, 1995.

Cortelazzo, Michele, *Lingue speciali. La dimensione verticale*. Padova, Unipress, 1990

Coteanu, Ion, *Româna literară și problemele ei principale*, Editura Științifică, București, 1961

Coteanu, Ion, *Stilistica funcțională a limbii române*, Editura Academiei Republicii Socialiste România, București, 1973

Coșeriu, Eugenio, *Linguistics and Semantics*, în „Current Trends in Linguistics”, nr. 12, 1974, Haga, p. 103-171

Coșeriu, Eugeniu, *Către o tipologie a câmpurilor lexicale*, în *Lingvistica modernă în texte*, Editura Universității din București, 1981, pp. 34-77.

Coșeriu, Eugeniu, *Teoria limbajului și lingvistică generală. Cinci studii*, Editura Enciclopedică, București, 2004

Creța, Marius, *Revoluția lui Gutenberg: Inventarea tiparului și răspândirea Bibliei*, disponibil la adresa: <https://semneletimpului.ro/religie/teologie/biblia/revolutia-lui-gutenberg-inventarea-tiparului-si-raspandirea-bibliei.html>

Cuciuc, Nina, *Afixoido-compunerea – procedeu de formare lexical a derivatelor de tip syntagmatic (formații sintagmatice prefixoidate)*, în „Philologica Jassyensia”, an X, nr. 1 (19), 2014, pp. 51-62.

Cuilenburg, van J.J., Scholten, O., Noomen, G.W., *Știința comunicării*, Editura Humanitas, București, 2004

Cvasnii Cătănescu, Maria, *Retorică publicistică. De la paratext la text*, București, Editura Universității din București, 2006

Dance, Frank; Larson, Carl, *The Functions of Human Communication. A Theoretical Approach*, New York, Holt, Rinehart and Winston, 1976

Dardano, Maurizio, *Il linguaggio dei giornali italiani*, Laterza, Bari, 1973

Dardano, Maurizio, *Il linguaggio dei giornali italiani*, Roma-Bari, Laterza, 1986

Dardano, Maurizio, *I linguaggi scientifici*, în *Storia della lingua italiana*, Torino, Einaudi, 1994

De Mauro, Tullio, „*Gli anglicismi? No problem, my dear*”, interviul citat, disponibil la adresa: [http://www.treccani.it/lingua\\_italiana/speciali/italiano\\_inglese/demauro.html](http://www.treccani.it/lingua_italiana/speciali/italiano_inglese/demauro.html)

De Mauro, Tullio, *Linguaggio: l'influenza delle nuove tecnologie*, 1996, disponibil la adresa: <http://www.filosofia.raai.it/articoli/linguaggio-linfluenza-delle-nuove-tecnologie/4105/default.aspx>

De Mauro, Tullio, *Storia linguistica dell'Italia unita*, La Terza Editori, Roma-Bari, 1998

De Saussure, Ferdinand, *Curs de lingvistică generală*, Editura Polirom, Iași, 1998

De Saussure, Ferdinand, *Corso di linguistica generale*, Laterza, Bari, 1968

Diaconescu, Roxana, *Il linguaggio dei giornali italiani*, în *Analele Universității din Craiova*, nr.1-2, 2009

Dimitrescu, Florica, „Despre culori și nu numai. Din cromatica actuală”, în *Aspecte ale dinamicii limbii române actuale*, Editura Universității din București, 2002

Dimitrescu, Florica, „Note asupra unor denumiri din cromatica actuală”, în vol Isabela Nedelea, Zafiu, Rodica et alii, 2011, pp.155-164

- Dimitrescu, Florica, (coord.), *Dicționar de cuvinte recente*, ediția a III-a, Editura Logos, București, 2013
- Dinu, Mihai, *Comunicarea*, Editura Algos, București, 2000
- Dîncu, Sebastian, *Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2001
- Dontreloux, J.M., *Vers une modélisation de la communication pédagogique*, în „L'Langue française”: *Communication et enseignement*, Larousse, vol.70, Nr. 1, 1986, pp. 26-44
- Drăgan, Ioan, *Paradigme ale comunicării de masă*, Casa de Editură și Presă, București, 1996
- Dumistrăcel, Stelian, *Limbajul publicistic românesc din perspectiva stilurilor funcționale*, Institutul European, Iași, 2006
- Dumistrăcel, Stelian, *Discursul repetat în textul jurnalistic*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2006
- Eco, Umberto, *Tratat de semiotică generală*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1982
- Eco, Umberto, *Limitele interpretării*, Editura Pontica, Constanța, 1996
- Eco, Umberto, *Opera deschisă*, Editura Paralela 45, Pitești, 2005
- Faustini, Gianni, *Le tecniche del linguaggio giornalistico*, Carocci Editore, Roma, 2009
- Feurdean, Dana-Maria, *Strategie discorsive nel discorso economico della stampa romana e italiana*, în „Analele Unversității din Craiova”, anul XXXI, nr.1-2, 2009
- Flaișer, Mariana, *Tipare distorsionate în formarea superlativului în limba română actuală*, în Botoșineanu, Luminița et alii. (ed.), *Distorsionări în comunicarea lingvistică, literară și etnofolclorică românească și contextul european*, Alfa, Iași, 2009, pp. 147-152.
- Forsdale, Louis, *Perspectives on Communication*, 1981. Addison Wesley Publ. House
- Furiassi, Cristiano, *False Anglicism in Italian*, Polimetrica, Milano, 2010
- Gensini, Stefano, *Manuale della comunicazione*, Carocci editore, Roma, 1999
- Georgescu, I., *Alte periodice românești*, în „Vestitorul”, 1937, anul XIII, nr.21, pp.190-191, disponibil la adresa: [http://documente.bcucloj.ro/web/bibdigit/periodice/vestitorul/1937/BCUCLUJ\\_FP\\_279921\\_1\\_937\\_013\\_021.pdf](http://documente.bcucloj.ro/web/bibdigit/periodice/vestitorul/1937/BCUCLUJ_FP_279921_1_937_013_021.pdf)
- George Gerbner, *Toward a General Model of Communication in Educational Technology Research and Development*, 1956, vol.4, nr.3, pp.171-199, disponibil la adresa: <http://communicationtheory.org/gerbners-general-model/>
- Gherman, Haritina, Sârbu, Rodica, *Gramatica limbii italiene*, Editura Gramar, București, 2007
- Gheție, Ion, *Introducere în studiul limbii române literare*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1982
- Giovannini, Giovanni (coord.), *Mass media anni 90*, Gutenberg 2000 s.r.l, Torino, 1998
- Gobber, Giovanni, Milani, Celestina. *Tipologia dei testi e tecniche espressive*, în Atti del Convegno, Milano, 2002
- Goddard, Angela, *Limbajul publicității*, Editura Polirom, Iași, 2002
- Gotti, Maurizio, *I linguaggi specialistici*, Firenze, La nuova Italia, 1991
- Graur, Evelina, *Tehnici de comunicare*, Editura Mediamira, Cluj-Napoca, 2001
- Gross, Peter, *Colosul cu picioare de lut. Aspecte ale presei românești post-comuniste*, Editura Polirom, Iași, 1999, disponibil la adresa: [https://dorinpopa.files.wordpress.com/2008/04/colosul\\_picioare\\_lut.pdf](https://dorinpopa.files.wordpress.com/2008/04/colosul_picioare_lut.pdf)
- Grossmann, Maria, *Colori e lessico: Studi sulla struttura semantica degli aggettivi di colore in catalano, castigliano, italiano, romeno, latino ed ungherese*, Germany, Gunter Narr Verlag Tübingen, 1988, disponibil la adresa: [https://books.google.ro/books?id=Wdl4SYM4oUsC&pg=PP9&hl=ro&source=gbs\\_selected\\_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false](https://books.google.ro/books?id=Wdl4SYM4oUsC&pg=PP9&hl=ro&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false)

- Guilbert, Louis, *La créativité lexicale*, Paris, Larousse, 1975, p. 205.
- Guțu Romalo, Valeria, *Corectitudine și greșeală*, Editura Științifică, București, 1972
- Guțu-Romalo, Valeria, *Aspecte ale evoluției limbii române*, Humanitas Educațional, București, 2005
- Hayek, A. Friedrich, *Drumul către servitute*, Editura Humanitas, București, 1993
- Hoarță-Cărăușu, Luminița, *Retorică și pragmatică publicistică. „Figuri de construcție” și strategii persuasive în titlurile de articole din presa românească actuală* în „Philologica Jassyensia”, An IV, nr.1, 2008, pp.49-59, disponibil la adresa: <http://www.diacronia.ro/ro/indexing/details/A841/pdf>
- Hristea, Theodor, *Sinteze de limba română*, Ediția a II-a, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1981
- Hristea, Theodor, *Limba română actuală*, în „Caiete critice”, 1991, vol 8-9.
- Hristea, Theodor, *Tipuri de calc în limba română*, în „Limbă și Literatură”, XLII, vol. III – IV, Editura Academiei, București, 1997
- Ionescu-Ruxăndoiu, Liliana, *Limba și comunicare. Elemente de pragmatică lingvistică*, Editura All, București, 2003
- Ionescu-Ruxăndoiu, Liliana, *Conversația: structuri și strategii*, Editura Albatros, București, 1995
- Jordan, Iorgu, *Limba română contemporană*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1956
- Jordan, Iorgu, *Stilistica limbii române*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1975
- Irimia, Dumitru, *Structura stilistică a limbii române contemporane*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1986
- Irimia, Dumitru, *Introducere în stilistică și poetică*, Polirom, Iași, 1999
- Irimia, Dumitru, *Curs de lingvistică generală*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2011
- Ivan, Loredana, *Stereotipuri, prejudecăți, discriminare socială*, în Chelcea, Septimiu, *Psihosociologie. Teorii, cercetări, aplicații*, Editura Polirom, Iași, 2008
- Ivănescu, Gheorghe, *Storia delle parlate popolari e storia delle lingue letterarie*, în “Philologica”, II, 1972
- Jakobson, Roman, *Essais de linguistique générale*, tome I, Minuit, Paris, 1969
- Jeanneney, Jean-Nöel, *O istorie a mijloacelor de comunicare*, Institutul European, Iași, 1997
- Keller, Alice, *Reviste electronice. Baze și perspective*, Editura Argonaut, Cluj-Napoca, 2006.
- Koronka Adriana, *Considerații privind evoluția unor neologisme de origine engleză intrate recent în limba română*, în “Revista Limba Română”, nr.1-3, anul XIV, 2004, disponibil la adresa: <http://www.limbaromana.md/index.php?go=articole&n=2181>
- La Fauci, Nunzio, *Compendio di sintassi italiana*, Bologna, Società editrice Il Mulino., 2013
- Lepcaliuc, Monica, *Idioms colour language* în „Analele” Universității „Ștefan cel Mare” Suceava, Tomul XV, nr.1, Editura Universității din Suceava, 2009
- Lillo, Raul, *Aspects de la norme lexicale dans la presse*, în “Anadiss”, no.11, Editura Universității Suceava, 2011, p 105-111.
- Lochard, Guy & Henri, Boyer, *Comunicarea mediatică*, Institutul European, Iași, 1998
- Manolache, Simona-Aida, *Stratégies didactiques dans les articles de mode* în “Anadiss” no.7. Discours & didacticité, Editura Universității Suceava, 2009
- Masini, Andreea, *La lingua dei giornali nell’Ottocento*, în *Storia della lingua italiana, vol.II. Scritto e parlato*, (coord. Luca Serianni, Pietro Trifone), Einaudi, Torino, 1994
- Maxim, Cornelia, *Comunicarea online – provocări și oportunități. Instrumente Office pentru mediul de comunicare*, București: Comunicare.ro, 2009
- Mengaldo, Pier Vincenzo, *Storia della lingua italiana. Il Novecento*, Il Mulino, Bologna, 1994

- McQuail, Denis, *Le comunicazioni di massa*, Società editrice il Mulino, Bologna, 1993
- Mc Luhan, Marshall, *Galaxia Gutenberg*, Editura Politică, București, 1975
- McQuail, Denis, *Comunicarea*, Editura Institutul European, Iași, 2010
- Migliorini, Bruno, *Saggi sulla lingua del Novecento*, Sansoni Editore, Firenze, 1963
- Migliorini, Bruno, *Storia della lingua italiana*, Saggi Tascabili, Bompiani, Milano, 2013
- Moscal, Dinu, *Viziuni structurale asupra lexicului înainte de teoria câmpurilor lexicale elaborată de Jost Trier*, în „*Philologica Jassyensia*”, an VII, nr. 1 (13), 2011, p. 97–105.
- Morris, Charles, *Fundamentele teoriei semnelor*, Editura Fundației pentru Studii europene, Cluj-Napoca, 2003
- Munteanu, Cristinel, *Un veritabil tratat de lingvistică a textului*, în „*Limba Română*”, nr.7-9, anul XVII, 2007 disponibil la adresa: <http://www.limbaromana.md/index.php?go=articole&printversion=1&n=714>
- Murialdi, Paolo, *Come si legge un giornale*, Universale Laterza, Roma, Bari, 1982
- Murialdi, Paolo, *Storia del giornalismo italiano*, Il Mulino, Bologna, 2006
- Nagy, Rodica, *Sintaxa limbii române actuale*, Editura Universității “Ștefan cel Mare” Suceava, 2002
- Nagy, Rodica, *Stereotipii - Clișee - Automatisme*, în *Analele Universității “Ștefan cel Mare” din Suceava*, nr.1, Tomul IX, 2003
- Oprea, Ioan, *Elemente de filozofia limbii*, Institutul European, Iași, 2007
- Oprea, Ioan, *Comunicare culturală și comunicare lingvistică în spațiul European*, Institutul European, Iași, 2008
- Pană Dindelegan, Gabriela, *Elemente de gramatică. Dificultăți, noi controverse, noi interpretări*, Editura Humanitas, București, 2003
- Papert, Seymour, *The Children’s Machine: Rethinking school in the age of the computer*, Basic books, Adivision of Harper Collins Publishers, New York, 1994
- Papuzzi, Alberto, *Manuale del giornalista*, Donzelli, Roma, 1993
- Pavel Nichifor, Cornelia, *Tipuri și variante discursive în comunicarea mediatică*, articol prezentat în cadrul The International Scientific Conference *Literature, Discourse and Multicultural Dialogue*, 2 en Edition, Tîrgu Mureș, 4-5 December 2014, “Petru Maior” University of Tîrgu Mureș, disponibil la adresa: <http://www.upm.ro/ldmd/LDMD-02/Lds/Lds%2002%2028.pdf>
- Pavel Nichifor, Cornelia, *Elemente lexicale recente în presa românească și italiană. Moda anglicismelor*, în *Noi direcții în cercetarea textelor și discursurilor* (coord. Rodica Nagy et alii.), Presa Universitară Clujeană, 2014, pp.245-260
- Pavel Nichifor, Cornelia, *Termeni cromatici în revistele electronice destinate publicului feminin. Culorile cuvintelor*, în *Discurs critic și variație lingvistică. De la frază la text: Lingvistică și Literatură* (coord. Rodica Nagy et alii.), Presa Universitară Clujeană, 2015, pp.323-334
- Pavel Nichifor, Cornelia, *Discursive types and variants in media communication Discursul repetat în titlurile de articole din presa feminină românească și italiană*, în *Meridian critic. Critical discourse and linguistic variation: cultural and linguistic stereotypes*, (coord. Rodica Nagy), Universitatea „Ștefan cel Mare”, nr.1, vol. 26, 2016, pp.161-171
- Pavel, Eugeniu, Rucăreanu, Costin, *Introducere în terminologie. Noțiuni fundamentale*, Editura Academiei Române, Editura Agir, București, 2001
- Petcu, Marian, *Tipologia presei românești*, Institutul European, Iași, 2000
- Petcu, Marian, *Istoria jurnalismului din România în date*, Editura Polirom Iași, 2012
- Plett, Heinrich, *Știința textului și analiza de text*, Editura Univers, București, 1975
- Pop, Doru, *Introducere în teoria media*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2002
- Popa, Dorin, *Comunicare și publicitate*, Editura Tritonic, București, 2005

- Popovici, Mihaela, *Comunicarea și discursul în audiovizual*, Editura Universității “Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2007
- Pușcariu, Sextil, *Limba română. I. Privire generală*, Editura Minerva, București, 1976
- Rad, Ilie, *Precursorii presei românești*, în „Confluente lingvistice și filologice”, Oliviu Felecan, Daiana Felecan (coord.), Editura Mega, Cluj-Napoca, 2011, pp.171-189
- Rad, Ilie, *Titlul jurnalistic*, în Mihai Coman (coord.), *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare*, vol. II, Editura Polirom, Iași, 2000
- Rad, Ilie, *Stil și limbaj în mass-media din România*, Editura Polirom, Iași, 2007
- Radu-Golea, Cristina, *Repere culturale și lingvistice în semantismul unui termen cromatic românesc: Roșu*, în „Analele” Universității din Craiova, anul XXIX, Nr.1-2, Editura Universitaria, 2007
- Rădulescu, Corina, *Comunicare și protocol*, Editura Universității din București, București, 2009
- Reinheimer Rîpeanu, Sanda, *Lingvistică romanică. Lexic-Morfologie-Fonetică*, Editura All, București, 2001
- Ricoeur, Paul, *De la text la acțiune*, Editura Echinoc, Cluj, 1999
- Rosengren, Karl, *Introduzione allo studio della comunicazione*, Società editrice il Mulino, Bologna, 2001
- Roventă-Frumușani, Daniela, *Argumentarea. Modele și strategii*, Editura Bic All, București, 2000
- Roventă-Frumușani, Daniela, *Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze*, Editura Tritonic, București, 2005
- Russo, Irene, *Il total black è trendy, lo chemisier è super chic. Il linguaggio settoriale della moda*, în AA.VV. *La ricerca della comunicazione interlinguistica*, Milano, 2009
- Sabatini, Francesco, *Rigidità/esplicitzza vs elasticità/implicitzza: possibili parametri masimi per una tipologia generale dei testi*, în „Linguistica testuale comparativa”, Copenaghen, Museum Tuscularum Press, 1999
- Sala, Marius (coord.), *Vocabularul reprezentativ al limbilor romanice*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1988
- Salvi, Giampaolo, Vanelli, Laura, *Nuova grammatica italiana*, Bologna, Società editrice Il Mulino, 2014
- Sălăvăstru, Constantin, *Logică și limbaj educațional*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1995
- Seiciuc, Lavinia, *Un alt fel de a NU spune. Eufemism și disfeemism în limbile romanice*, Editura Universității „Ștefan cel Mare”, Suceava, 2011
- Serianni, Luca, *Italiani scritti*, (terza edizione), Società editrice Il Mulino, Bologna, 2012
- Serianni, Luca, Trifone Pietro, *Storia della lingua italiana*, vol II, Giulio Einaudi Editore, Torino, 1993
- Shannon, Claude, Weaver, Warren, *The Mathematical Theory of Communication*, The University of Illinois Press, 1964 (First paperbound edition, 1949), disponibil la adresa: <http://www.magmamater.cl/MatheComm.pdf>
- Sini, Lorella, *Le marché des couleurs. Étude lexicologique et sémantique des chromonymes relatifs au maquillage*, în „Analele” Universității „Ștefan cel Mare” Suceava, Tomul XV, nr.1, Editura Universității din Suceava, 2009
- Simion, Florea Marian, Pamfile, Tudor, Lupescu, Mihai, *Cromatica poporului român*, Editura Saeculum I.O, București, 2002
- Slama-Cazacu, Tatiana, *Psiholingvistica. O știință a comunicării*, Editura All, București, 1990
- Slama-Cazacu, Tatiana, *Stratageme comunicaționale și manipularea*, Editura Polirom, Iași, 2000

- Sobrero, Alberto, *Introduzione all'italiano contemporaneo*, vol. *La variazione e gli usi*, Roma-Bari, Laterza, 1993
- Soutet, Olivier, *Manuale di linguistica*, Il Mulino, Bologna, 1995
- Stati, Sorin, *Probleme actuale ale semanticii lingvistice*, în vol. *Limba. Logică. Filosofie*, Editura Științifică, București, 1968, p.21
- Stoichițoiu-Ichim, Adriana, *Un prefixoid la modă: „MEGA”* în Gabriela Pană-Dindelegan, *Actele Colocviului Catedrei de limbă română*, 22-23 noiembrie 2001.
- Stoichițoiu-Ichim, Adriana, *Vocabularul limbii române actuale. Dinamică, influențe, creativitate*, Editura Bic All, București, 2001
- Stoichițoiu-Ichim, Adriana, *Anglicismele „la modă” în limbajul modei*, în Gabriela Pană Dindelegan (ed.), *Limba română. Stadiul actual al cercetării. Actele celui de-al șaselea colocviu al Catedrei de Limba Română (29-30 nov. 2006)*, EUB, București, 2007, pp. 581-598
- Szabo, Lucian-Vasile, *Libertate și comunicare în limba presei*, Editura Amarcord, Timișoara, 1999
- Toma, Melentina (coord.), *Paradigma analizei de tip situațional în câmpul socio-umanului*, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2009, disponibil la adresa: <http://www.dstoica.ro/wp-content/uploads/2011/09/%C3%8En-ap%C4%83rarea-unui-model-modelul-Jakobson.pdf>
- Ungureanu, Elena, *Discursul în procesul comunicării*, Editura Ars Docendi, București, 2008
- Ungureanu, Elena, *Limba noastră cea on-line de toate zilele*, în „Akademos”, nr.1, 2010, disponibil la adresa: <http://www.akademos.asm.md/files/Limba%20noastra%20cea%20online%20de%20toate%20zilele.pdf>
- Van Cuilenburg, J.J., Scholten, O., Noomen, G.W., *Știința comunicării*, Editura Humanitas, București, 2000
- Vlad, Carmen, *Sensul, dimensiune esențială a textului*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1994
- Werner, J. Severin, James W. Tankard, Jr., *Perspective asupra teoriilor comunicării de masă*, Editura Polirom, Iași, 2004
- Zafiu, Rodica, *Diversitate stilistică în româna actuală*, Editura Universității din București, 2001
- Zafiu, Rodica, *Interpretarea limbajului jurnalistic* în „Limba română”, XVII, nr.7-9, 2007, disponibil la adresa: <http://www.limbaromana.md/index.php?go=articole&n=716>,
- Zafiu, Rodica, *Limba și politică*, Editura Universității din București, 2007
- Zafiu, Rodica, *Păcatele limbii: Limbajul chic*, în revista „România literară”, 2009, nr.18, disponibil la adresa: [http://www.romlit.ro/limbajul\\_chic](http://www.romlit.ro/limbajul_chic).

## Dicționare și Enciclopedii

Dicționare:

- DE = Popa, Marcel D., Stănciulescu, Alexandru, et alii., *Dicționar enciclopedic*, Editura Enciclopedică, București, 1993-2009
- DEXI = Dima, Eugenia (coord.), *Dicționar explicativ ilustrat al limbii române*, Editura Gunivas & Arc, Chișinău, 2007
- DEX '09 = *Dicționarul explicativ al limbii române*, Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan”, București, Editura Univers Enciclopedic, 2009
- DexX = *Dicționar explicativ român*, consultabil la adresa [www.dexx.ro](http://www.dexx.ro).
- DGSL = *Dicționarul general de științe ale limbii*, Editura Științifică, București, 1997
- DLRM = *Dicționarul limbii române moderne*, Editura Academiei, București, 1958

DLR = Academia Română, *Dicționarul limbii române*, 2010. Tomul I, literele A-B, p. 94, p.96, p.394; Tomul IX, litera M, p. 776; Tomul X, literele N-O, pp. 242-246, Tomul XV, litera S, Editura Academiei Române, București.

DN = Marcu, Florin, Maneca, Constant, *Dicționar de neologisme*, Editura Academiei, București, ediția a III-a, 1978

DOOM<sup>2</sup> = Ioana Vintilă-Rădulescu (coord.), *Dicționarul ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române*, Ediția a II-a, revăzută și adăugită, București, Univers Enciclopedic, 2005

DȘL=*Dicționar de Științe ale Limbii*, 2005 (coord. Angela Bidu-Vrânceanu), Editura Nemira, București, 2005

MDA = *Micul dicționar academic*, Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan”, 2002

MDN = Marcu, Florin, *Marele dicționar de neologisme [MDN]*, București, Editura Saeculum I.O., București, 2008

NODEX = *Noul dicționar explicativ al limbii române*, 2002, Editura Litera Internațional.

NDU = Oprea, Ioan, Carmen-Gabriela Pamfil, Rodica Radu, Victoria Zăstroiu, 2008. *Noul dicționar universal al limbii române*, Ediția a treia, București – Chișinău, Litera Internațional, p.1002.

\*\*\* *Dicționarul ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române*, Institutul de Lingvistică "Iorgu Iordan - Al. Rosetti", Academia Română, Univers Enciclopedic, București, 2005, ediția a II-a revăzută și adăugită.

\*\*\* *Dicționarul explicativ al limbii române*, Editura Academiei Române, București, 1975.

\*\*\* *Noul dicționar explicativ al limbii române*, 2002. Editura Litera Internațional.

\*\*\* *Dizionario della lingua italiana* De Mauro, Paravia, 2000.

*Dizionario italiano-romeno. Dicționar italian-român*, (coord. Balaci Alexandru), ediția a treia, revăzută și adăugită, București, Editura Gramar, 2007

Lo Zingarelli 2014, *Vocabolario della lingua italiana* di Nicola Zingarelli, Zanichelli, Bologna, 2013 consultabil la adresa: <http://www.treccani.it/vocabolario/>

\*\*\* *Dictionnaire de français Larousse* consultabil la adresa: <http://www.larousse.fr/>.

\*\*\* *Vocabolario Treccani* consultabil la adresa: <http://www.treccani.it/vocabolario/>

G. Devoto – G.C.Oli, *Vocabolario della lingua italiana*, Le Monnier, 2007

A. Gabrielli, *Grande dizionario Hoelpi-Italiano*, Ulrico Hoelpi, 2008

F. Sabatini – V. Coletti, *Dizionario della lingua italiana*, Sansoni, 2008

Bréal, Michel, Bailly, Anatole, *Dictionnaire Étymologique Latin*, Librairie Hachette, Paris, 1898.

Bulai, Eugen, *Dicționar de termeni cromatici*, Editura Viitorul Românesc, București, 1997

Constantinescu-Dobridor, Gheorghe, *Dicționar de termeni lingvistici*, Editura Teora, 1998

Cortellazzo, M, Zolli, P., *Dizionario Etimologico della Lingua Italiana*, Bologna, Zanichelli, 1999

Nagy, Rodica, *Dicționar de analiză a discursului*, Institutul European, Iași, 2015

Seche, Luiza, Seche, Mircea, *Dicționar de sinonime al limbii române*, Editura Academiei Republicii Socialiste România, București, 1982 disponibil la adresa: <https://www.scribd.com/doc/161423895/Luiza-%C5%9Fi-Mircea-Seche-Dicționar-de-Sinonime>

*Gramatica limbii române. Vol. I. Cuvântul*, Academia Română, Institutul de Lingvistică "Iorgu Iordan - Al. Rosetti", Editura Academiei Române, București, 2005  
Petcu Marian (coord.), *Istoria jurnalismului din România în date. Enciclopedie cronologică*, Polirom, Iași, 2012

## Surse electronice

Baltă Silvia Nicoleta, *Aspecte ale traducerii denumirilor pentru culori în textul biblic românesc (Numerii)*, consultabil la adresa:  
<http://www.diacronia.ro/en/indexing/details/A53/pdf>

Cotoară, Daniela, *Modele ale comunicării*, disponibil la adresa:  
<https://www.scribd.com/document/38117133/Modele-Ale-Comunicarii>

Dimitrescu, Florica, *Dicționar de cuvinte recente*, ediția a II-a, Editura Logos, București, disponibil la adresa: <<http://logos.tm.ro/gratuit/DCR.pdf>> ., 1997

Ronga Irene, *L'eccezione dell'azzurro. Il lessico cromatico: fra scienza e società in „Cuadernos de Filología Italiana”*, vol. 16, 2009, consultabil la adresa:  
<http://revistas.ucm.es/index.php/CFIT/article/viewFile/CFIT0909220057A/16413>

Zafiu, Rodica, *Limbaul chic*, în revista „România literară”, 2009, nr.18, disponibil la adresa:  
<[http://www.romlit.ro/limbaul\\_chic](http://www.romlit.ro/limbaul_chic)>, 2009

*Giornalismo Veneziano nel '700*, disponibil la adresa:  
<http://medea.provincia.venezia.it/macri/caminer/elisagiorn.htm>

*Storia del giornalismo italiano*, disponibil la adresa:  
[https://it.wikipedia.org/wiki/Storia\\_del\\_giornalismo\\_italiano](https://it.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo_italiano)

*Giornalismo italiano nel Risorgimento*, disponibil la adresa:  
[https://it.wikipedia.org/wiki/Giornalismo\\_italiano\\_nel\\_Risorgimento](https://it.wikipedia.org/wiki/Giornalismo_italiano_nel_Risorgimento)

*Gazzetta del Popolo*, disponibil la adresa:  
[https://it.wikipedia.org/wiki/Gazzetta\\_del\\_Popolo](https://it.wikipedia.org/wiki/Gazzetta_del_Popolo)

<http://www.treccani.it/vocabolario/neologismo/>

<http://www.treccani.it/vocabolario/moda/>

[https://ro.wikipedia.org/wiki/Luigi\\_Cazzavillan](https://ro.wikipedia.org/wiki/Luigi_Cazzavillan)

<http://www.ralcolor.com>

[https://ro.wikipedia.org/wiki/List%C4%83\\_de\\_culori](https://ro.wikipedia.org/wiki/List%C4%83_de_culori)

*Sfogliando la moda: la stampa periodica femminile*, disponibil online la adresa:  
<http://www.moda.san.beniculturali.it/wordpress/?percorsi=sfogliando-la-moda>

*Riviste di moda italiane*, articol disponibil la adresa: <http://www.italiaculturale.it/riviste-di-moda-italiane/>

*Cosmopolitan*: <http://www.cosmopolitan.ro/>;

*Cosmopolitan*: <http://www.cosmopolitan.it/>;

*Elle*: <http://www.elle.ro/>;

*Elle*: <http://www.elle.it/>;

*Vogue*: <http://www.vogue.it/>;

*Viva*: <http://www.viva.ro/>;

*Viva*: <http://www.viva.it/>;



*Amica*: <http://www.amica.it/>  
*Marie Claire*: <https://www.marieclaire.ro/>  
*Marie Claire*: <http://www.marieclaire.it/>  
*Glamour*: <http://www.glamourmagazine.ro>  
*Glamour*: <https://www.glamour.it/>  
*Grazia*: <http://www.grazia.it/>  
*Vanity Fair*: <https://www.vanityfair.it/><http://www.iodonna.it/>  
*Donna Moderna*: <http://www.donnamoderna.com/>  
*Oggi*: <http://www.oggi.it/>  
*Unica*: <https://www.unica.ro/>  
*Click! Pentru femeii*: <https://www.clickpentrufemeii.ro/>  
*Io Donna*: <http://www.iodonna.it/>  
*The One*: <http://www.one.ro/>  
*Avantaje*: <https://www.avantaje.ro/>  
*Tabu*: <https://www.tabu.ro/>  
*Mami*: <https://www.mami.ro/>

### Articole proprii utilizate în lucrare:

Menționăm aici lucrările noastre incluse (cu unele modificări) în teza de față:

Pavel Nichifor, Cornelia, *Tipuri și variante discursive în comunicarea mediatică*, articol prezentat în cadrul The International Scientific Conference *Literature, Discourse and Multicultural Dialogue*, 2 en Edition, Tîrgu Mureș, 4-5 December 2014, “Petru Maior” University of Tîrgu Mureș, disponibil la adresa: <http://www.upm.ro/ldmd/LDMD-02/Lds/Lds%2002%2028.pdf>

Pavel Nichifor, Cornelia, *Elemente lexicale recente în presa românească și italiană. Moda anglicismelor*, în *Noi direcții în cercetarea textelor și discursurilor* (coord. Rodica Nagy et alii.), Presa Universitară Clujeană, 2014, pp.245-260

Pavel Nichifor, Cornelia, *Termeni cromatici în revistele electronice destinate publicului feminin. Culorile cuvintelor*, în *Discurs critic și variație lingvistică. De la frază la text: Lingvistică și Literatură* (coord. Rodica Nagy et alii.), Presa Universitară Clujeană, 2015, pp.323-334

Pavel Nichifor, Cornelia, *Discursive types and variants in media communication (Discursul repetat în titlurile de articole din presa feminină românească și italiană)*, în *Meridian critic. Critical discourse and linguistic variation: cultural and linguistic stereotypes*, (coord. Rodica Nagy), Universitatea „Ștefan cel Mare”, nr.1, vol. 26, 2016, pp.161-171