VARIAȚIE TERMINOLOGICĂ ÎN DOMENIUL TURISMULUI

ADRIANA STOICHIȚOIU-ICHIM
Universitatea din București

„Tourism has become a popular global leisure activity."
(Wikipedia)

1. În cercetarea lingvistică românească, **terminologia turismului (TT)** este un domeniu încă puțin investigat[1], deși reprezintă o temă de larg interes, atât teoretic (pentru lexicologi și terminologi), cât și practic (pentru profesioniștii din zona serviciilor turistice și pentru beneficiarii acestora).

Ca fenomen complex – economic, social și cultural – turismul a beneficiat de contextul favorabil creat în România postdecembristă prin dezvoltarea economiei de piață, a proprietății private și, nu în ultimul rând, prin mutațiile specifice societății de consum intervenite în stilul de viață al românilor.

Puternica sa implicare în evoluția societății românești din perioada postcomunistă este demonstrată de câteva fenomene notabile: creșterea spectaculoasă a numărului companiilor private care asigură diverse servicii turistice (agenții de turism, unități de cazare și alimentație etc.); dezvoltarea învățământului superior de profil prin programe de licență și masterat în domeniul Economia comerțului, turismului și serviciilor; îmbogățirea literaturii românești de specialitate prin lucrări cu caracter didactic și dicționare terminologice (de regulă, bi- sau plurilingve); reglementarea domeniului printr-o legislație aliniată celei europene, care stabilește inclusiv termenii de specialitate cu care se operează în organizarea și desfășurarea activității de turism[2]; apariția a numeroase site-uri care urmăresc familiarizarea publicului larg cu terminologia respectivă[3].

Consecința firească a acestor evoluții din plan social și economic este o terminologie a turismului mult îmbogățită și diversificată, pe care dicționarele generale sau de neologisme ale românei actuale nu o reflectă în mod corespunzător, nici sub aspectul inventarului, nici sub cel al semnificațiilor specializate. Menționăm, în acest sens, absența din dicționare (cu excepția DCR_3) a mărcii diastratice *turism* și a numeroși termeni și / sau sensuri cu largă circulație în limbajul curent. Pot fi invocate sub acest aspect definițiile incomplete și învechite

[1] Cu titlu de excepție, pot fi menționate abordări de tip contrastiv (Rață, Petroman și Petroman (eds.) 2012; Ciobanu 2014) sau studii din domeniul onomasticii comerciale (Wochele 2007; Felecan, D. 2011; Felecan, O. 2011; Bugheșiu 2013; Stoichițoiu Ichim 2013a, b).

[2] A se vedea, în acest sens, definiția din HG nr. 58/1998: „*Turism* – ramură a economiei naționale cu funcții complexe, ce reunește un ansamblu de bunuri și servicii oferite spre consum persoanelor care călătoresc în afara mediului lor obișnuit pe o perioadă mai mică de un an și al căror motiv principal este altul decât exercitarea unei activități remunerate la locul vizitat." Pentru informații ample privind istoricul, terminologia și tipologia turismului, vezi articolul *Tourism* în Wikipedia.

[3] Vezi lista selectivă de *Surse* din acest articol.

BDD-V1708 © 2015 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.123 (2026-11-20 03:00:10 UTC)

în raport cu uzul actual date în DEX_2 termenilor *turism*[1], *hotel*[2] şi *han*[3], absenţa sintagmelor consacrate *agenţie de turism*, *low cost*, *last minute*, *all inclusive* sau a unor sensuri proprii turismului (de exemplu, pentru *stea* sau *recepţioner*) care nu figurează nici în DEX_2, nici în MDN. Prin profilul său, DCR_3 înregistrează cele mai recente împrumuturi din terminologia turistică (*all inclusive*, *city break*, *aparthotel*, *lounge*, *resort*, *room-service*, *hostel*, *tour-operator*, *early booking*), compuse (*cicloturism*, *ecoturism*, *speoturism*) sau sintagme calchiate (*lanţ hotelier*, *pachet turistic*, *operator de / din turism*, *turism rustic*).

2. Articolul de faţă îşi propune să identifice în cadrul terminologiei turismului forme specifice ale **variaţiei diafazice (socio-stilistice)**[4] care stă la baza limbajelor profesionale.

Aspectele investigate din *perspectivă descriptiv-funcţională* vor arăta că TT se diferenţiază faţă de alte terminologii din domeniul economic[5] (căruia i se subordonează) prin caracterul de cod deschis, printr-o dinamică accelerată în care factorii extralingvistici şi cei lingvistici se intercondiţionează[6], printr-o relaţie de „du-te vino" între lexicul comun (LC) şi lexicul specializat (LS), prin diversitatea contactelor cu alte terminologii[7] şi prin interesul larg manifestat de vorbitorii nespecializaţi.

Dat fiind *caracterul predominant practic* (şi nu ştiinţific) al acestei terminologii[8], utilizarea ei extinsă, într-o varietate de texte, cu grade de specializare diferite, şi permanenta pendulare între terminologizare şi vulgarizare (determinologizare)[9], o delimitare riguroasă între *terminologia internă, cognitivă* (a specialiştilor) şi cea *externă, descriptivă* (a nespecialiştilor) nu este nici posibilă, nici întru totul relevantă pentru obiectivele cercetării noastre. Acestea vizează două tipuri de **variaţie**[10] (**conceptual–semantică** şi **pragmadiscursivă**) manifestate în câmpul lexico-semantic al termenilor care denumesc *structuri turistice cu funcţiuni de cazare*, indiferent de tipul acestora[11]. Importanţa acestui câmp lexico-conceptual

---

[1] Turism (< fr. *tourisme*, it. *turismo*) este definit ca „activitatea cu caracter recreativ sau sportiv, constând din parcurgerea pe jos sau cu diferite mijloace de transport a unei regiuni pitoreşti sau interesante dintr-un anumit punct de vedere", excluzându-se astfel forme moderne de turism, precum cel cultural, de afaceri, de circumstanţă, de cunoaştere, rural, verde (cf. LTT: 179-181), la care se pot adăuga turismul medical, cel educaţional, creativ sau aşa-numitul „dark tourism" (cf. Wikipedia). Pentru o analiză contrastivă a sintagmelor care desemnează în engleză şi în română diverse tipuri de turism, cf. Raţă (2012).

[2] *Hotel* (<fr. *hôtel*) este definit sumar drept „clădire mare cu multe camera mobilate, care se închiriază de obicei cu ziua (călătorilor)", indicându-se şi var. *otél* şi pluralul *hotele* [sic].

[3] *Han*[2] (<tc. *han*) are în DEX unicul sens „local cu ospătărie unde se pot adăposti peste noapte drumeţii (cu caii şi căruţele lor)".

[4] Pentru precizarea conceptului, vezi DSL: 170 şi Ciolac (2006: 86-88).

[5] Cf. Bidu-Vrănceanu (2007: 92-99), Museanu (2011).

[6] „Soarta unui anumit fapt lingvistic depinde de factori interni, lingvistici, de raportul dintre diferitele elemente ale limbii la un moment dat şi de factori externi, de istoria societăţii în toată complexitatea ei, de dezvoltarea economică, politică, culturală" (Guţu Romalo 2005: 41).

[7] După Ciobanu (2014: 17), consecinţa interdisciplinarităţii este considerarea TT ca o terminologie-receptor, deschisă, care preia şi difuzează termeni din diverse alte domenii.

[8] Pentru alte trăsături definitorii ale TT, vezi Ciobanu (2014).

[9] Pentru o prezentare în detaliu a celor două tipuri de terminologii, vezi Bidu-Vrănceanu (2007: 18-31).

[10] Privite din perspectiva uzului limbii, „variaţiile exploatează posibilităţile alternative de expresie de care dispune comunitatea lingvistică şi sunt percepute de vorbitori ca modificare, ca trecere de la o «stare» la alta şi înregistrate ca «schimbare»" (Guţu Romalo 2005: 251). Pentru precizări teoretice şi metodologice privind variaţia în terminologie, vezi Bidu-Vrănceanu (2011).

[11] De reţinut că LTT: 182 operează – din perspectiva strict specializată a terminologiei interne – cu două sintagme, prima având statut de hiperonim în raport cu a doua: *unitate cu activitate hotelieră* („termen generic, desemnând o unitate hotelieră sau o unitate complementară cu activitate hotelieră"); *unitate complementară cu activitate hotelieră* („termen generic, al cărui conţinut diferă de la ţară la ţară, în funcţie de denumirile adoptate […]. Pot fi cuprinse: bungalouri, sate de vacanţă, campinguri, ferme agroturistice, camera de închiriat în locuinţe, nave fluviale şi maritime").

BDD-V1708 © 2015 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.123 (2026-11-20 03:00:10 UTC)

este evidențiată de existența sintagmei specializate *industrie hotelieră* (cf. fr. *industrie hôtelière*), cu sinonimul nerecomandat *hotelărie* fr. *hôtellerie* (LTT: 102) și de termenul *hotelier* (fr. *hôtelier*, cf. engl. *hotelier*), cu sensul „proprietar sau administrator, cel care «ține» un hotel" (LTT: 97).

Corpusul examinat cuprinde 39 de unități terminologice mono- sau plurimembre[1], selectate din trei categorii de surse: dicționare terminografice, în principal, DTI și LTT (reprezentând nivelul superior de specializare); pliante, cataloage turistice, materiale publicitare și dicționare de popularizare (nivelul semi-specializat); dicționare lexicografice (DEX_2, MDN, DCR_3) și texte din mass-media (nivelul inferior de specializare)[2].

3. Cercetarea variației conceptual-semantice presupune luarea în considerare a relației dintre *referent*, *termen* și *definiția* acestuia ca element al TT.

3.1. Cazul cel mai simplu, în care variația semantică vizează exclusiv gradul de specializare a termenilor, este reprezentat de un număr restrâns de **perechi sinonimice de tip referențial**, formate cel mai frecvent dintr-un împrumut recent și un echivalent românesc, primul fiind preferat, în virtutea monosemiei sale, în texte cu un grad mai înalt de specializare sau în denumirile comerciale: *aparthotel* < engl. *aparthotel* (DCR_3) = *hotel-apartament* (LTT)[3]; *botel* < engl. *boatel* = *hotel plutitor* (DTI); *hostel* < engl. *hostel* (DCR_3) = *han pentru tineret* (LTT); *resort* < engl. *resort*[4] = *complex turistic* (DCR_3)[5].

Mai rar sunt întâlnite în LTT sinonimii intralinguale, constând din serii sinonimice în care termenii au același grad mediu de specializare, înregistrat în sincronie (*adăpost pentru excursioniști = han pentru tineret*; *hotel de lux = palat*) sau în diacronie („Oficial, înainte de 1991, în România, pentru *vilă* era folosit termenul *casă de odihnă"*; „Cea mai mare parte a fostelor hanuri turistice de până în 1991 a fost reclasificată ca *moteluri"*).

3.2. Cel mai interesant aspect al variației conceptual-semantice este reprezentat de **terminologizarea (specializarea)** unor cuvinte din LC, care, în mod autonom sau în cadrul unor sintagme, ajung să desemneze referenți din domeniul structurilor de cazare. Asimilate neologismelor de sens[6], ori considerate simple „alunecări" de sens explicabile prin influența cotextului (verbal) și / sau a contextului extralingvistic (cognitiv, situațional)[7], aceste

---

[1] *adăpost pentru excursioniști, apartament, aparthotel, botel, boutique hotel, bungalou / bungalow, cabană turistică, cabină, cameră, casă de oaspeți, casă familiară de vacanță, căsuță, cămin de etapă, complex hotelier, gasthof, guesthouse, han, han pentru tineret, hostel, hotel, hotel de clasă economică, hotel de lux, hotel de zi, hotel plutitor, hotel rustic pavilionar, hotel sezonier, hotel turistic, hotel-apartament, house, microhotel, motel, pension / pensiune turistică, pensiune rurală, refugiu montan, residence, resort, suite / suită, vilă / villa.*

[2] Pentru o abordare din perspectivă etimologică a 34 *hotel-related words* din limba engleză, vezi Hollifield, Petroman și Petroman (2012).

[3] „*Hotel-apartament*, hotel compus din apartamente sau garsoniere, dotate astfel încât să asigure păstrarea și prepararea alimentelor, precum și servirea mesei în incintă" (LTT). Sinonimele din engleza americană (unde a apărut termenul în deceniul 1970-1980), respectiv *residential hotel* sau *extended–stay hotel* nu circulă în română.

[4] În uzul actual, *resort* apare cu ambele sale sensuri din engleza americană (cf. Wikipedia*): complex hotelier* („the term may be used to identify a hotel property that provides an array of amenities and typically includes entertainement and recreational activities") și *stațiune turistică* (cf. engl. *seaside resort*, *ski resort*, *mountain resort*).

[5] Din perspectiva profesioniștilor, *complex turistic* desemnează „suprafața de teren ce însumează mai multe obiective turistice, având o relativă omogenitate […]" (LTT: 54).

[6] Cf. Lehman și Martin-Berthet (2008: 29; 132); Mortureux (2008: 140).

[7] Cf. Cusin-Berche (2003: 19-20).

BDD-V1708 © 2015 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.123 (2026-11-20 03:00:10 UTC)

semnificații strict denotative, proprii domeniului turismului, satisfac din perspectiva terminologiei interne postulatul wüsterian al monosemiei și monoreferențialității.

În marea majoritate a cazurilor, terminologizarea se realizează prin *definiții terminografice* (incluse în dicționarele specializate)[1], care dezambiguizează și restrâng semnificația cuvântului din LC. Examinarea comparativă a definițiilor date în DEX unor termeni turistici cu cele incluse în LTT sau în DTI evidențiază caracterul accentuat descriptiv și enciclopedic al definițiilor terminografice, formularea unitară din perspectivă funcțională a genului proxim („unitate / structură de cazare" pentru *vilă* și *cabană*, „unitate de cazare turistică" pentru *bungalou*, „spațiu de cazare" pentru *căsuță*) și precizarea, uneori redundantă, a unui mare număr de seme specifice privind destinația, amplasarea, arhitectura, materialul de construcție, natura serviciilor oferite etc. De pildă, *bungalou* este definit în DEX_2 drept „locuință din lemn sau din împletitură de trestie, fără etaj, înconjurată de verande și de vegetație", în timp ce LTT: 37 oferă o definiție cu caracter descriptiv, inclusiv prin raportare la alți termeni din același câmp motivațional:

„**BUNGALOU**, unitate de cazare turistică de capacitate redusă, între căsuță și vilă, realizată din lemn sau din alte materiale (piatră, cărămidă etc.) care dispune de un grup sanitar propriu. **Bungaloul** este amplasat în interiorul unui camping, al unui sat de vacanță, ca unitate independentă în cadrul unei stațiuni / zone turistice sau ca spațiu complementar pe lângă o altă unitate hotelieră. De regulă, **bungaloul** funcționează cu activitate sezonieră".

Observații similare privind specializarea unor cuvinte din LC se pot face și în legătură cu alți termeni din domeniul turistic, incluși în dicționare de profil cu accepții care păstrează în grade diferite seme din „nucleul dur" al semnificației uzuale:

„**CABANĂ** – este o structură de cazare specializată, cu dotări și confort scăzute, cu camere care au mai multe locuri, eventual cu paturi suprapuse și toalete comune" (MDT).

„**CĂSUȚĂ** – spațiu de cazare de dimensiuni reduse, realizat din materiale ușoare (în general, din lemn), compus, de regulă, dintr-o cameră și un mic antreu sau terasă, uneori dotat cu grup sanitar propriu. Permite adăpostirea a 2-4 persoane. Amplasată în perimetrul unui camping, pe un teren sau pe lângă o unitate cu activitate hotelieră, ori de alimentație, **căsuța** este utilizată numai vara" (LTT: 45).

Specializarea cuvintelor din LC se poate realiza în cadrul unor sintagme care reprezintă calcuri lexico-frazeologice sau echivalente ale modelelor din franceză și / sau engleză: cf. rom. *cămin de etapă* („«adăpost» dispunând de o dotare relativ modestă, creat pentru a compensa lipsa unităților hoteliere în anumite regiuni mai puțin frecventate") și fr. *foyer d'étape*; *gîte d'étape* (LTT: 45); cf. rom. *han pentru tineret* și fr. *auberge de jeunesse*, engl. *youth hostel* (LTT: 95); cf. rom. *fermă agroturistică* și engl. *farm* (*house*), fr. *ferme*; *gîte rural* (LTT: 83).

Un aspect interesant din perspectiva definirii alternative[2] este asocierea, în același articol de dicționar a definiției uzuale din TT cu un sinonim accesibil nespecialiștilor și cu o definiție stipulativă, de tip legislativ:

[1] Pentru precizarea diferențelor dintre definiția terminografică / terminologică și cea lexicală, vezi Bidu-Vrănceanu (2007: 48-65). A se vedea, în același sens, opoziția definiție convențională vs definiție naturală la Cusin-Berche (2003: 98).

[2] Cf. Bidu-Vrănceanu (2007: 62-65).

BDD-V1708 © 2015 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.123 (2026-11-20 03:00:10 UTC)

„**REFUGIU** (OCAZIONAL) – construcție pe munte, echipată sumar și modest, prevăzută adesea cu o trusă de prim ajutor. În general nepăzit, refugiul ocazional este destinat să adăpostească turiștii în cursul unei ascensiuni («refugiu de supraviețuire»). Conform Ord. președ. A.N.T. nr. 61 / 1999, **refugiile** turistice sunt «cabane izolate care nu îndeplinesc criteriile minime pentru categorie»" (LTT: 152).

3.3. Cele mai complexe evoluții conceptuale-semantice (cu implicații istorice și socio-culturale) se observă în cazul unor cuvinte din lexicul tradițional readuse în uz pentru a desemna referenți din perioada actuală[1].

Din această categorie de noutăți lexicale „aparente" sau „relative"[2] (cu o prezență semnificativă și în câmpul numelor pentru localuri de alimentație publică[3]) reține atenția termenul *han*, de origine turcească (sau persană prin intermediar turcesc) intrat în română în secolul al XVII-lea, odată cu referentul lui. De atunci, termenul a cunoscut în limba română evoluții semantico-conceptuale foarte interesante nu numai din perspectivă lingvistică, ci și istorică, economică, civilizațională și culturală[4].

Conform CADE (1931), sensul modern al cuvântului han (mai restrâns față de cel etimologic inițial, acela de „caravanserai") este „*hotel* de rând în care poposesc sau mână oamenii peste noapte; ospătărie, birt ordinar". Definiții asemănătoare se găsesc în dicționarele limbii moderne și actuale: „local cu ospătărie, unde se pot adăposti peste noapte drumeții (cu caii și căruțele lor)", în DEX_2 (unde nu se indică vreo marcă diastratică, nici sensul actual din domeniul turistic).

După modelul binecunoscut al „*Hanului* Manuc", înălțat la începutul secolului al XIX-lea (în 1804 sau 1806) de armeanul Manuc (pe numele lui adevărat Emanuel Mirzaian) în spiritul arhitecturii tradiționale românești și redeschis – după restaurare – în anul 1971, *han* a devenit după 1990 un cuvânt „la modă" pentru restaurantele cu specific predominant tradițional: „*Hanul* berarilor", „*Hanul* voievozilor" (în București), „*Hanul* Mureșenilor", „*Hanul* Domnesc" (în Brașov), dar și pentru un anumit tip de unități de cazare.

După modelul fr. *auberge,* al engl. *inn* / *old inn* și al germ. *Gasthaus, hanul* este definit în TT prin trăsături specifice, dar și în raport cu alți termeni din același câmp lexico-semantic:

„**HAN**, tip tradițional de unitate, relativ modestă, cu arhitectură originală, având restaurant și un număr mic de locuri de cazare. Este situat în lungul drumurilor, la încrucișările acestora sau în apropierea centrelor urbane, într-o poziție pitorească. În prezent, adesea, termenul este folosit cu sens generic – pentru hoteluri (de exemplu, *Holiday Inn*), pentru restaurantele cu specific tradițional sau ca firmă pentru localuri relativ luxoase, cu caracter pitoresc [...] Cea mai mare parte a fostelor hanuri turistice de până în 1991 a fost reclasificată ca moteluri" (LTT: 95).

3.4. **Specializarea** dublată de **restrângerea sensului uzual** este evidentă în utilizarea cuvântului *cameră* (definit generic în DEX_2 ca „încăpere într-o clădire; odaie"), pentru a

[1] Pruvost și Sablayrolles (2003: 57-58) consideră reintroducerea în uz a unor asemenea cuvinte ca un tip aparte de neologisme.

[2] Cf. Avram (1998).

[3] Vezi Stoichițoiu Ichim (2013b: 254).

[4] Pentru o amplă și documentată prezentare a istoriei pitorești a hanurilor bucureștene și a rolului lor în dezvoltarea economiei, comerțului și contactelor interetnice, a se vedea Zamani (2007: 33-92). Referindu-se la „declinul hanurilor", autoarea observă că „vremea hanurilor era de-acum dusă, iar bucureștii au cunoscut noi clădiri, monumentale chiar, numite hoteluri, de influență occidentală, precum și magazine, restaurante, cafenele moderne, alternative la prăvăliile și cârciumile existente în hanuri" (*ibidem*: 84).

BDD-V1708 © 2015 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.123 (2026-11-20 03:00:10 UTC)

desemna un spațiu de cazare de tip hotelier, alcătuit din mai multe încăperi, eventual balcon sau terasă, care poate fi închiriat de către o persoană (*cameră single* / *single*) sau două și un copil (*cameră dublă* / *double*)[1]:

„**CAMERĂ**, denumire uzuală pentru spațiul de cazare din unitățile hoteliere, alcătuit, de regulă, din vestibul, grup sanitar individual, camera propriu-zisă. Camera este destinată închirierii și este dotată cu mobilier și instalații pentru odihnă, refacere, igienă personală, lucru" (LTT: 39).

3.5. Din categoria restrânsă a noutăților „absolute" din TT un exemplu interesant din perspectiva relației dinamice dintre lingvistic și extralingvistic (contextul economic și cel socio-cultural) este oferit de termenul *boutique*, al cărui sens turistic nu este înregistrat în niciun dicționar românesc (general, de neologisme sau de turism), deși el figurează – mai mult sau mai puțin justificat – în numeroase denumiri de hoteluri din România și din străinătate (vezi *infra*, sub 4.2).

Semnificația respectivă – diferită de cele două înregistrate în română după 1990[2] – a apărut în engleza americană și britanică în anul 1984, desemnând, în cadrul sintagmei bilingve *boutique hotel*, un tip aparte de unitate hotelieră, aflată în marile orașe (New York, San Francisco, Los Angeles, Londra) sau în stațiuni turistice. Dintre caracteristici reținem: o clădire istorică cu un stil propriu, număr relativ mic de camere (10-100), decorațiuni interioare deosebite, servicii personalizate, la standarde înalte, atmosferă intimă, familiară[3]. Asemenea trăsături distinctive sunt menționate, de regulă, în prezentarea de pe site-ul Booking.com a unor hoteluri de patru stele din zona centrală a Bucureștiului:

„*Boutique* Hotel Amzei – amplasat într-o reședință istorică din 1912, a fost renovat complet în 2008, păstrându-și farmecul original"; „Hotelul [Vila Arte *Boutique* Hotel] are o fațadă specifică secolului al XIX-lea și un interior deosebit, în care eleganța trecutului este combinată cu inovația de ultimă oră"; „Hotel *Boutique* Monaco – romantic hotel tip *boutique* în stil franțuzesc, situat în centrul Bucureștiului".

Corelarea variației conceptual-semantice cu cea grafică apare cu claritate în prezentarea pentru Scala Boutique-Hotel: „hotel luxos de tip *boutique* […] la doar câțiva pași de multe *buticuri* și restaurante".

4. Variația pragmadiscursivă presupune analiza uzajelor contextuale în diferite tipuri de texte pentru a evidenția atât modul specific de funcționare a TT din perspectiva relației *limbă* (*langue*) vs. *discurs*[4], cât și constituirea / actualizarea semnificațiilor discursive în raport cu condiționările de ordin pragmatic care determină alegerea strategiilor discursive specifice.

---

[1] Într-o tipologie de strictă specialitate, la care se raportează prețurile achitate de turiști, apar sintagme precum: *camera dublă standard, camera dublă sea view*, *cameră dublă superioară land view*, *camera dublă standard fără balcon* etc. (pliant turistic EXIMTUR pentru stațiunea Bodrum, Turcia).

[2] Cf. DCR_3: „1. (franțuzism) Magazin mic în care se desfac confecții, de obicei de serie mică"; 2 (peiorativ) „Magazin de dimensiuni reduse, amenajat fără pretenții și care vinde mărunțișuri".

[3] Vezi Wikipedia; www.streetdirectory.com/travel-guide/216448/hotels_and_hostels/what_exactly_is_a_boutique_hotel.html

[4] Pentru analiza acestei relații de „va-et-vient entre langue et discours" la nivelul vocabularului, vezi, între alții, Mortureux (2008: 113-116).

BDD-V1708 © 2015 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.123 (2026-11-20 03:00:10 UTC)

Din această perspectivă, considerăm relevantă raportarea la două tipuri discursive, reprezentate de *texte din mass-media* și de *structuri din domeniul onomasticii comerciale*.

4.1. În **presa generalistă**[1], termenii din domeniul turismului apar aproape exclusiv în articole cu finalitate informativă, și cu un grad de specializare (relativ) redus, impus de caracterul eterogen al publicului.

Predomină termenii consacrați în uz (*apartament*, *bungalow*, *căsuță*, *hotel*, *pensiune*, *vilă*). Pentru dezambiguizarea celor care prezintă polisemie la nivelul LC, se recurge frecvent la asocierea cu determinanți, meniți să asigure restrângerea și specializarea semnificației uzuale: *căsuțe turistice*, *căsuțe de vacanță*, *complex turistic*, *pensiuni rurale*, *pensiunile localnicilor* [în sate turistice][2], *vilă turistică*, *vilă de două margarete*, *cameră dublă*, *cameră triplă cu balcon* etc. Dezambiguizarea se face în mod implicit în cazul unor denumiri comerciale care includ numele proprietarului (*Casa* Dexter, *Casa* Coman, *Pensiunea* Lucia). Din categoria anglicismelor, pe lângă *bungalow*, apar *hostel*[3] și *resort*, cel din urmă cu sensul „complex turistic / hotel de lux", dedus din context[4] sau din prezența în același articol a sintagmelor sinonime de tip colocvial „*resort* de fițe" și „*complex* de fițe"[5]. În schimb, un enunț precum „Atacurile pot fi organizate inclusiv în *resorturile turistice* din Tunisia" (Antena 3-30.06.15) rămâne ambiguu, date fiind cele două semnificații ale anglicismului („stațiune" și „complex hotelier"), consemnate în DCR_3, alături de un sens specializat în domeniul vestimentar, printr-o metonimie („referitor la hainele de vacanță").

În articole cu un grad mai înalt de specializare sunt incluse sintagme preluate din legislația privind turismul (*structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare, structuri de cazare*[6]) sau se fac observații critice privind folosirea (în proiectul viitoarei Legi a turismului) a unor termeni ca *han* și *fermă* (ce nu sunt prevăzuți în legislație) (A, 7.07.15, p. 7).

4.2. Din perspectivă pragmadiscursivă, atribuirea numelor comerciale (inclusiv a celor pentru structuri de cazare) reprezintă *un act de limbaj complex*, performat de locutorul-proprietar în contextul interacțiunii cu alocutorul-client[7].

Variația pragmadiscursivă la nivelul **componentei generice** a numelui comercial este determinată de intenția comunicativă a locutorului și de strategiile denominative menite nu numai să stabilească în mod obiectiv profilul unei companii / societăți în contextul economiei de piață concurențiale, ci și să reușească atragerea și „seducerea" potențialilor clienți prin stabilirea unui consens comunicativ implicit cu aceștia.

În consecință, numele generice sunt selectate în mod conștient în raport cu funcțiile ce le revin în cadrul interacțiunii comunicative, astfel încât, relativ frecvent, poziția dominantă nu

[1] Au luat în considerare, prin sondaj, articole din perioada 2013-2015, publicate în „Adevărul", „Click", „Jurnalul Național" și „Libertatea".

[2] Dezambiguizarea apare ca obligatorie în raport cu sintagma „*pensiune* completă cu 3 mese pe zi".

[3] „Cum arată primul *hostel* tradițional românesc din București?" (titlu în „Adevărul.ro", 29.09.15).

[4] „Fetele de la trupa Bambi […] au fugit să se răsfețe la un *resort de cinci stele* din stațiunea Belek, din Turcia" („Click", 12.06.15, p. 13).

[5] „Iulia a fost răsfățată ca o prințesă la *resortul de fițe* unde s-a cazat" („Libertatea", 31.07.13, p. 12).

[6] „Cele mai căutate structuri de cazare au fost hotelurile, cu o pondere de 75% din totalul sosirilor" („Jurnalul Național", 4.11.15, p. 7).

[7] Pentru aspectele teoretice și metodologice specifice domeniul onomasticii comerciale, precum și pentru analize aplicate privind numele de hoteluri, de localuri de alimentație publică, de firme și societăți comerciale, vezi, între alții, Bugheșiu (2013), Felecan, D. (2011), Felecan, O. (2011), Stoichițoiu Ichim (2013 a, b și 2014), Tomescu (2003), Wochele (2007).

BDD-V1708 © 2015 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.123 (2026-11-20 03:00:10 UTC)

mai este deținută de *funcția referențial-informativă* (vizând desemnarea obiectivă și transparentă a tipului de structură de cazare), ci de funcția *de apel* și de cea *persuasivă* (având rolul de a atrage atenția clienților și de a vinde serviciul respectiv), asociată, de regulă, cu *funcția relațional-simbolică* sau *integratoare* (care are în vedere stabilirea unei relații de „complicitate" cu clientul, pe baza unui fond comun de cunoștințe, atitudini și reprezentări de natură lingvistică și socio-culturală[1].

În acest sens, un rol important în strategiile de marketing și publicitate prin care se urmărește „seducerea" publicului revine împrumuturilor recente anglo-americane și, în mai mică măsură, franceze și germane din categoria *împrumuturilor „de lux"*, motivate prin conotațiile favorabile sau de prestigiu ale termenului străin. Deși au echivalente autohtone în lexicul tradițional sau în cel neologic, incluse în dicționarele turistice românești, asemenea termeni (având adesea circulație internațională în TT) reprezintă alternative preferate de locutorul-patron, în ciuda ambiguității lor conceptual-semantice și a statutului morfosintactic incert, specific xenismelor.

În contextul extinderii spectaculoase la nivel mondial a englezei – devenită *lingua franca* a turismului și „vehicul" al globalizării[2] – cei mai numeroși termeni generici sunt anglicisme care exploatează conotațiile de prestigiu ale cuvântului străin. Dintr-un inventar foarte bogat, selectăm ca exemple de variație terminologică o serie de asemenea anglicisme „de lux" care nu figurează nici în dicționarele românești de profil și, cu atât mai puțin, în terminologia oficială a turismului, fiind însă incluse în nume ale unor unități de cazare din București, Sibiu, Brașov sau de pe litoral: *Aparthotel Vlad Țepeș*, *Top Rooms Aparthotel*, *Boutique Hotels Bucharest*, *Phoenix Resort*, *The Purple House*, *House of Dracula*, *Maria Residence Apartements*, *Hostel White Inn*, *Da Vinci Residence*, *Old Town Hostel*, *Bucharest Suites*, *Flowers B&B* [Bed & Breakfast], *Cozy1 Bedroom Flat*, *Monte Carlo Palace*, *Basarabia Guest House*.

Conservarea în majoritatea cazurilor a *grafiei etimologice* din limba de origine (engleză și / sau franceză), urmărind să atragă atenția potențialului client, denotă spiritul mimetic și snobismul alocutorului proprietar: *Pension Stella Maris*, *Pension Casa Verde*, *City Lux Villa*.

Dovezi peremptorii ale prețiozității asociate cu ignoranța sunt denumirile „hibride", și fanteziste care asociază aberant împrumuturi din limbi diverse în structuri asintactice, lipsite de orice logică: *Vila Arte Boutique Hotel*, *Chic Artistic Central Double Studio*, *Le Boutique Hotel Moxa*, *Pension Gasthof Sara*. Ca exemple de structuri pleonastice pot fi citate: *Complexul Resort Fundata*, *Complexul Phoenicia Resort*, *Pensiune-Hostel Sylvania*.

5. Cercetarea referitoare la denumirile structurilor de cazare demonstrează că variația terminologică din domeniul turismului este deosebit de complexă, atât sub aspect conceptual semantic, cât și pragmalingvistic, reprezentând una dintre principalele forme de manifestare a dinamicii lexicului specializat. Aprofundarea investigației, pe baza unui corpus mai extins va permite rafinarea analizei și stabilirea mai precisă a profilului acestei terminologii care se bucură de o tot mai largă circulație în româna actuală.

---

[1] Pruvost și Sablayrolles (2003: 83) se referă în cazul acestui consens comunicativ implicit la un „savoir-partagé" cu funcție persuasivă.

[2] Pentru o analiză complexă a cauzelor care au asigurat englezei statutul privilegiat de *global language*, inclusiv în turism, vezi Crystal (2000). Pentru influența englezei asupra românei în contextual globalizării, vezi Stoichițoiu Ichim (2006). Pentru abordări complexe, din perspectivă lingvistică și socio-culturală privind influența engleză în româna actuală, vezi Constantinescu, Popovici și Ștefănescu (2002), Tomescu (2003), Zafiu (2003).

BDD-V1708 © 2015 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.123 (2026-11-20 03:00:10 UTC)

SURSE

CADE – I. A. Candrea, Gh. Adamescu, *Dicționarul enciclopedic ilustrat „Cartea Românească”*, partea I –*Dicționarul limbii române din trecut și de astăzi* de I.-A. Candrea, București, „Cartea Românească” S. A.

DCR_3 – Florica Dimitrescu (coord.), Alexandru Ciolan, Coman Lupu, *Dicționar de cuvinte recente*, ediția a III-a, București, Editura Logos, 2013.

DEX_2 – Academia Română / Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan”, *Dicționarul explicativ al limbii române*, București, Editura Univers Enciclopedic, 1998.

DTI – *Dicționar turistic Infotravel* (http://www.infotravelromania.ro/dictionar-turistic.htlm) (accesat la 25.10.2015).

LTT – Gabriela Stănciulescu (coord.), Nicolae Lupu, Emilia Țițan, Gabriela Țigu, Felicia Stăncioiu, *Lexicon de termeni turistici*, București, Oscar Print, 2002.

MDN – Florin Marcu, *Marele dicționar de neologisme*, București, Editura Saeculum I.O., 2002.

MDT – *Mic dicționar turistic* (http://www.andreioprea.ro/mic-dictionar-turistic.html) (accesat la 28.09.2015).

BIBLIOGRAFIE

Avram, Mioara, 1998, „Noutăți reale și noutăți aparente în vocabularul românesc actual”, *Limbă și literatură*, 1, p. 31-35.

Bidu-Vrănceanu, Angela, 2007, *Lexicul specializat în mișcare. De la dicționare la texte,* București, Editura Universității din București.

Bidu-Vrănceanu, Angela, 2011, „Variația în terminologie”, în Zafiu, Ușurelu, Bogdan Oprea (eds.) 2011, vol. 1: 175-182.

Bugheșiu, Alina, 2013, „Names of Transylvanian hotels in the context of globalization”, în Oliviu Felecan (ed.), P*roceedings of the Second International Conference on Onomastics „Name and Naming. Onomastics in Contemporary Public Space”* (Baia Mare, May 9-11, 2013), Cluj-Napoca, Mega-Argonaut, p. 81-90.

Ciobanu, Mihaela, 2014, *Terminologia și definițiile lexicografice în română și spaniolă. Domeniul: Turism*. Rezumatul tezei de doctorat, Universitatea din București.

Ciolac, Marina, 2006, *Questions de sociolinguistique*, București, Editura Universității din București.

Constantinescu, Ilinca, Victoria Popovici, Ariadna Ștefănescu, 2002, „Romanian”, în Manfred Görlach (ed.), *English in Europe,* Oxford, Oxford University Press, p. 168-194.

Crystal, David, 2000, *English as a global language*, Cambridge, Cambridge University Press.

Cusin-Berche, Fabienne, 2003, *Les mots et leurs contextes*, Paris, Presses de la Sorbonne Nouvelle.

DSL – Bidu-Vrănceanu, Angela, Cristina Călărașu, Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, Mihaela Mancaș, Gabriela Pană Dindelegan, *Dicționar de științe ale limbii*, ediția a 2-a, București, Editura Nemira, 2005.

Felecan, Daiana, 2011, „Observații referitoare la configurația semiotică a unor nume de firme (NF) din spațiul public românesc actual”, în Zafiu, Ușurelu, Bogdan Oprea (eds.) 2011, vol. 2: 63-76.

Felecan, Oliviu, 2011, „Tipologia numelor de firme din spațiul public românesc actual”, în Zafiu, Ușurelu, Bogdan Oprea (eds.) 2011, vol. 1: 249-258.

Guțu Romalo, Valeria, 2005, *Aspecte ale evoluției limbii române*, București, Humanitas.

Hollifield, Scott, Ioan Petroman, Cornelia Petroman, 2012, „Hotel Terminology: An Etymological Research”, în Rață, Petroman, Petroman (eds.) 2012: 139-146.

BDD-V1708 © 2015 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.123 (2026-11-20 03:00:10 UTC)

Lehman, Alise, Françoise Martin–Berthet, 2008, *Introduction à la lexicologie. Sémantique et morphologie*, 3e édition, Paris, Armand Colin.
Mortureux, Marie-Françoise, 2008, *La lexicologie entre langue et discours*, 2e édition, Paris, Armand Colin.
Museanu, Elena, 2011, „Variația în terminologia economică", în Zafiu, Uşurelu, Bogdan Oprea (eds.) 2011, vol. 1: 311-320.
Pruvost, Jean, Jean-François Sablayrolles, 2003, *Les néologismes*, Paris, P.U.F.
Rață, Georgeta, 2012, „Adjectival Tourisms", în Rață, Petroman, Petroman (eds.) 2012: 19-34.
Rață, Georgeta, Scott Hollifield, Ioan Petroman, Cornelia Petroman, „*Definienda* and *Definientia*: The Case of Travel", în Rață, Petroman, Petroman (eds.) 2012: 69-74.
Rață, Georgeta, Ioan Petroman, Cornelia Petroman (eds.) 2012, *The English of Tourism*, Newcastle upon Tyne, Cambridge Scholars Publishing.
Stoichițoiu-Ichim, Adriana, 2006, *Aspecte ale influenței engleze în româna actuală*, Bucureşti, Editura Universității din Bucureşti.
Stoichițoiu-Ichim, Adriana, 2013a, „Restaurant names in the city of Bucharest: cross-cultural and sociolinguistic perspectives", în Paula Sjöblom, Terhi Ainiala, Ulla Hakala (eds.), *Names in the economy: cultural perspectives*, Newcastle upon Tyne, Cambridge Scholars Publishing, p. 89-105.
Stoichițoiu-Ichim, Adriana, 2013b, „Observații privind dinamica unui câmp lexical din româna actuală: nume pentru localuri de alimentație publică (NLAP)", în Rodica Zafiu, Ariadna Ștefănescu, Carmen Mârzea Vasile, Raluca Brăescu (eds.), *Limba română: variație sincronică, variație diacronică,* vol. 1. București, Editura Universității din București, p. 249-262.
Stoichițoiu-Ichim, Adriana, 2014, „Observații privind numele agențiilor de turism din spațiul public românesc", în Gabriela Duda (ed.), *Cultura limbii. Omagiu doamnei profesor Domnița Tomescu*, Ploiești, Editura Universității Petrol-Gaze din Ploiești, p. 273-290.
Tomescu, Domnița, 2003, „Noms commerciaux étrangers dans l'onomastique roumaine d'aujourd'hui", în Tatiana Slama Cazacu (ed.), *La langue et les parlants / Language and its users / Limba și vorbitorii*, București, Arvin-Press, p. 168-175.
Wochele, Holger, 2007, „Hotel Names in Italy and Romania – A Comparative Analysis", în Ludger Kremer, Elke, Ronneberger-Sibold (eds.), *Names in Commerce and Industry. Past and Present*, Berlin, Logos Verlag, p. 317-329.
Zafiu, Rodica, 2003, „Sui prestiti recenti dall'inglese: condizionamenti morfologici e scelte culturali", în Teresa Ferro (a cura di), *România e România. Lingua e cultura romena di fronte all'Occidente*, Udine, Forum Editrice Universitaria Udinese, p. 83-95.
Zafiu, Rodica, Camelia Uşurelu, Helga Bogdan Oprea (eds.), 2011, *Limba română: ipostaze ale variației lingvistice (Actele celui de-al 10-lea Colocviu al Catedrei de limba română, 4-5 decembrie 2010, București*), vol. 1-2, București, Editura Universității din București.
Zamani, Lelia, 2007, *Comerț și loisir în vechiul București*, București, Vremea.

VARIATION IN TOURISM TERMINOLOGY

(*Abstract*)

Starting from the premise that the complex dynamics of the tourism terminologys is motivated by the complex interplay of economic, socio-cultural and linguistic factors involved in the globalisation process, the hereby presentation focused firstly on the conceptual and semantic variation at paradigmatic and syntactic level, taking into account the relation between specialized language and common one. Secondly, we looked from a pragmadiscursive perspective at the special status of the generic components included in the hotel names.

BDD-V1708 © 2015 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.123 (2026-11-20 03:00:10 UTC)