ASIMILAREA ANGLICISMELOR DIN TERMINOLOGIA COSMETICII ÎN ROMÂNA ACTUALĂ

IULIA DRĂGHICI
Universitatea Româno-Americană
Bucureşti

În acord cu o definiție larg acceptată[1], **anglicismele** reprezintă *împrumuturi din engleza britanică şi americană* aflate în curs de adaptare la sistemul limbii române. Această particularitate le diferențiază de **împrumuturile complet asimilate**, cât şi de cele care şi-au păstrat integral caracterul străin (aşa-numitele **xenisme** sau **străinisme**[2]).

Atenția limitată acordată anglicismelor din terminologia cosmeticii în lucrările româneşti consacrate influenței engleze[3] constituie imboldul ce stă la baza lucrării de față. Cu excepția DCR3, lucrările lexicografice (DEX, MDN, DOOM2) nu redau la justa valoare impactul englezei asupra limbajului cosmeticii, care constituie o veritabilă terminologie, principalele caracteristici fiind *eterogenitatea* (termeni specializați alături de cuvinte de uz general), *mobilitatea* (impusă de dinamica domeniului cosmeticii) şi marea *receptivitate* față de împrumuturi neologice cu circulație internațională.

Terminologia cosmeticii (TC) în româna actuală devine din ce în ce mai captivantă, datorită importanței crescute de care se bucură domeniul cosmeticii în societatea românească a ultimilor ani. Mass-media favorizează extinderea termenilor cosmetici specializați dincolo de domeniul strict al specialiştilor şi marchează utilizarea lor cu frecvență crescută în limba comună. Alături de alte terminologii, TC reprezintă încă un domeniu care pune lexicul specializat in relație directă cu cel comun şi evidențiază capacitatea românei actuale de a se îmbogăți nu numai prin împrumuturi, ci şi prin stimularea creativității lexicale − asimilarea şi valorizarea franțuzismelor, italienismelor şi mai ales a anglicismelor.

Cu precădere în ultimele două decenii, neologismelor de origine franceză sau italiană asimilate de TC de-a lungul ultimelor două secole li se adaugă numeroase împrumuturi din engleza britanică sau americană, care şi-au păstrat integral sau parțial caracterul străin, justificând astfel calificarea TC drept jargon[4].

Caracterul deschis al inventarului lexical în îmbogățire rapidă în condițiile procesului de globalizare lingvistică (Bidu-Vrănceanu 2000: 27) constituie o justificare suficientă pentru preocuparea sporită pentru de anglicismele din TC. În al doilea rând, odată cu răspândirea lor

[1] MDN defineşte **anglicismul** drept "cuvânt, expresie proprie limbii engleze; cuvânt pătruns într-o altă limbă şi încă neintegrat în aceasta".

[2] Cele trei categorii de termeni apar în *Prefața* la DCR3:13 şi în Stoichițoiu-Ichim (2001b: 83−84).

[3] Pentru o bibliografie cuprinzătoare privind influența engleză asupra românei, vezi Constantinescu; Popovici; Ştefănescu (2002) şi Stoichițoiu-Ichim (2006a, b).

[4] „Jargonul este interpretat ca o limbă deformată, cu multe elemente străine, utilizată de vorbitorii unui grup social pentru a se diferenția de alții" (DSL: 282) – („Într-o interpretare destul de curentă, jargon este orice limbaj tehnic, cu o terminologie de specialitate").

BDD-V1165 © 2014 Editura Universității din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 02:59:55 UTC)

în uzul comun, în principal prin intermediul mass-mediei, acestea sunt supuse unui proces accelerat de „laicizare" (vulgarizare).

Prezentarea de față se limitează la o categorie de termeni din TC cu grad mai redus de specializare sau chiar de uz general, care nu exclud polisemia sau sinonimia în condițiile interferențelor cu lexicul comun. Majoritatea acestora reprezintă **cultisme** sau **împrumuturi 'de lux'** (Guțu Romalo 2005:47), lipsite de motivații obiective şi uneori de precizie semantică, dar „cosmetizate" prin conotațiile de prestigiu asociate termenului străin. În mass-media, ele dublează şi tind să excludă din uz sinonime româneşti sau chiar neologisme latino-romanice (Stoichițoiu-Ichim 2007: 581).

Abordarea noastră are caracter predominant **descriptiv** şi vizează semantismul termenilor din TC în raport cu sensurile etimonului din engleză (înregistrate în OALD) şi/sau din franceză (conform HD). De pe pozițiile **semanticii lexicale paradigmatice** se vor urmări dezambiguizarea sensului prin diverse tipuri de definiții, dinamica sensului, constituirea unor paradigme lexico-semantice şi a unor familii lexicale. **Corpusul** examinat provine din revistele şi cataloagele AVON, COSMOPOLITAN, GLAMOUR, THE ONE, UNICA şi VIVA.

Verificarea statutului de noutate semantică a fiecărui termen s-a realizat prin raportare la dicționare de neologisme ale limbii române (MDN, DCR3).

1. Categoria noutăților „absolute", nu foarte extinsă, include anglicisme absente din dicționarele româneşti, dar frecvent atestate în discursul actual despre cosmetică şi tehnici de îngrijire corporală. Deşi în engleză termenii respectivi sunt, de regulă, polisemantici, ei au fost adoptați în română ca monosemantici, prin împrumutarea unui unic sens. Restrângerea semantică se asociază astfel cu *specializarea funcțională*.

Prezentăm, în continuare, exemple de **substantive** şi **adjective** din această categorie.

Engl. **body milk** este înregistrat în DEA:193 cu sensul „lotion for the whole body", fiind astfel împrumutat cu sensul său secundar din engleză. Sintagma nu apare în dicționarele româneşti de neologisme, deşi este folosită frecvent în locul rom. *lapte de corp* (fr. *lait de corps*), atât în limbajul specializat, cât şi în mass-media: „Nivea *Body Milk* pentru o piele ca de bebeluş..." (V, 3/2012, p. 12); „Skin So Soft – *body milk* cu efect de încetinire a creşterii părului corporal" (A, 8/2012, p. 151); ... „poartă o piele de invidiat, folosind un *body milk* hrănitor şi uşor parfumat din gama Forever Young Rimmel" (TO, 12/2012, p. 24).

Anglicismul este utilizat foarte des în publicații sau contexte de specialitate: (A, 1-12/2012 – „body milk − gama Skin So Soft", „Avon Naturals body milk", „body milk − Beautiful Hydration", „body milk − Solutions Hydra Beyond", „Indulgence body milk") − folosirea în compania unor sintagme exclusiv englezeşti facilitând astfel utilizarea lui *body milk* în defavoarea românescului *lapte de corp*.

Un caz interesant de specializare funcțională este substantivul englezesc **concealer** care apare ca termen de specialitate în TC pentru a desemna produsul cosmetic folosit în ascunderea sau reducerea cearcănelor sau a imperfecțiunilor pielii feței. Termenul este împrumutat cu sensul său secundar din engleză („a skin-coloured cream or powder used to cover spots or marks on the skin or dark circles under the eyes − DEA: 272), şi nu figurează în dicționarele româneşti de neologisme, deşi îi face concurență rom. *anti-cearcăn*, atât în limbajul specializat, cât şi în mass-media: „*concealer* cu efectul garantat al unei măşti nutritive de noapte pentru ochi obosiți" (V, 3/2012, p. 15); „... maschează cearcănele sau petele de soare nedorite cu un *concealer* pe bază de lapte de migdale de la L' Oréal" (TO); „*concealer Clearskin* – ascunde imperfecțiunile şi se adaptează perfect oricărei nuanțe de ten" (A, 12/2012, p. 81).

BDD-V1165 © 2014 Editura Universității din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 02:59:55 UTC)

Engl. **lipstick** este un împrumut neînregistrat în $DOOM_2$, MDN sau DCR_3, utilizat în română cu sensul de „produs cosmetic cu diferite nuanțe de roșu, folosit pentru a colora buzele; roșu de buze” (DEX: 896) fiind preluat din limba engleză cu acest sens („colored substance to put on one’s lips for aesthetic effects” DEA: 238). *Lipstick* reprezintă un concurent serios pentru rom. r*uj* (<fr. *rouge*), atât în limbajul specializat, cât şi în mass-media: „lipstick-urile din noua generație sunt îmbogățite cu elemente nutritive din gama…” (C, 10/2012, p. 17); „cumperi revista împreună cu un lipstick *Essence* pentru buze senzuale. Ai la dispoziție trei nuanțe!” (U, 4/2012, p. 13). Grafia este etimologică. Fonetic, nu este asimilat, dar pronunția englezească nu pune probleme, favorizând păstrarea formei fonetice din limba de origine. Morfologic, este încadrat în clasa neutrelor (cu pluralul în *-uri*).

Sintagma englezească **smokey eyes** este utilizată în română cu sensul de machiaj specific pentru ochi, constând în înnegrirea accentuată atât a pleoapei superioare, cât şi inferioare, fiind preluat din limba engleză cu un sens secundar („make up having the appearance of smoke areound the eyelids DEA: 426).

Exemplele abundă în mass media, certificând larga arie de răspândire a acestui anglicism: „în această vară machiajul *smokey eyes* prinde culoare! Descoperă combinații inedite!” (A, 16.08.2012 – 05.09.2012, p. 37); „noul *smokey eyes* presupune mult mai puțină culoare intensă, mai puțină mascara şi nuanțe complementare în colțurile ochilor pentru a da impresia ...” (G, 7/2012, p. 41); „Mirela V., Make-Up Artist Rimmel London, te învață cum să-ți faci un machiaj *smokey eyes* perfect” (TO, 12/2012, p. 21); „Machiajul *smokey eyes* este machiajul preferat de toate vedetele, fiind de ceva vreme pe catwalk-uri şi în revistele de modă”

(www.divahair.ro/frumusete/make_up/obtine_un_machiaj_smokey_eyes_perfect!).

2. Categoria noutăților „relative” este mai interesantă pentru înțelegerea dinamicii sensului în funcționarea efectivă a limbii. În cadrul neologiei de sens, semnificantul unui neologism înregistrat în dicționarele româneşti se îmbogăţeşte cu un sens specializat pentru domeniul cosmeticii, astfel că anglicismele deja asimilate în română împrumută alte sensuri ale etimonului englezesc polisemantic.

Termenul **blush** – împrumutat cu sensul său secundar din engleză („cream or powder used for making your cheeks look red or pink” DEA: 186) – figurează cu dată recentă (2013) în DCR3 şi reprezintă un concurent serios pentru rom. *fard de obraz*, atât în limbajul specializat, cât şi în mass-media.

În unele contexte, termenii *blush* şi *fard de obraz* alternează: „Kim Kardashian, într-o rochie bizară în Paris, seamănă cu o pasăre de foc (...) *fardul de obraz* extrem de aprins a fost însă cel care a atras toate privirile, frumoasa optând în majoritatea ocaziilor pentru *blush*-uri excentrice...” (C, 1/2013, p. 26)

Frecvența anglicismului este impresionantă în publicații sau contexte de specialitate: „*blush* duo 24K Gold” (A, 12/2012, p. 50); „Iulia Vântur are o piele perfectă, ...vedeta poartă un *blush* Coral Reef de la Revlon...” (G, 7/2012, p. 8).

Engl. **gloss** este preluat cu sensul său secundar („a lipstick that gives a glossy finnish” – DEA: 369) şi apare înregistrat doar în ediția 2013 a DCR, deşi este folosit foarte frecvent, alături de rom. *luciu de buze* (derivat regresiv din verbul *a luci* – DEX, p. 583), cel puțin în limbajul specializat şi jargonul adolescenților.

În revistele de specialitate, termenul *gloss* este preferat românescului *luciu de buze*: „Shine Sensational *gloss* cu efect de mărire a buzelor de la Maybelline New York” (TO, 12/2012, p. 36); „Totul despre *gloss* – Unica” (04/2011, p.19); „În 1930, lip *gloss*-ul a fost

BDD-V1165 © 2014 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 02:59:55 UTC)

folosit pentru prima dată în machiajul de televiziune... primul *luciu de buze* cu aromă a apărut în anii 70" (www.unica.ro/detalii-articole/articole/totul-despre-gloss-18417.html)

Make-up apare înregistrat în MDN: 529 cu sensul „machiaj al feței" (din engl. *make-up*), păstrându-şi grafia din limba de origine (cf. DOOM2: 462). În uzul actual, anglicismul este atestat cu dublu sens asemenea etimonului său englezesc: (1) fard(uri), produs(e) cosmetic(e), corespunzând primului sens al substantivului englezesc *make-up* „substance used especially by women to make their faces look more attractive" − DEA: 461) „şi câştigă o şedință de *make-up*!" (U, 4/2012, p. 52); „ pentru un plus de prospețime şi un look tineresc, foloseşte makeup-ul cu moderație şi concentrează-te pe atitudine" (C, 10/2012, p. 10); „cel mai cool-make-up à la Lady Gaga" (V, 5/2012, p. 17); „trusă de make-up" (A, 2/2012, p. 35) „şedințe de make-up şi hair-styling profesionist" (TO, 12/2012, p. 24).

Cu sensul secund, anglicismul figurează în sintagma *make-up artist*, consacrată în TC pentru a desemna un specialist în domeniul machiajului, cu scopul de înfrumusețare (Stoichițoiu-Ichim 2007: 588): „10 sfaturi pentru a fi *make-up* artist la tine acasă!" (V, 5/2012, p. 31); „ a învățat meserie la Paris şi Milano, „furând meserie"de la make-up artişti internaționali" (G, 1/2012, p. 30), „Mihaela H. – make-up artist" (TO, 10/2012, p. 3).

Cele două sensuri apar asociate într-un joc de cuvinte care formează sloganul publicitar al unei celebre firme de cosmetice "Max Factor – the *Make-Up* of *Make Up* Artists.

În cazul englezescului **peeling**, utilizat în TC doar substantival, româna a preluat doar sensul său secundar („to remove a layer, covering, etc. from the surface of something „− DEA: 310): „*peeling*-ul chimic poate fi utilizat pe toată fața sau în regiuni specifice, cum ar fi fruntea sau aria din jurul gurii" (TO, 12/2012, p. 17); „*peeling* gel pentru corp cu ulei de măsline şi minerale din Marea Moartă" (A, 12/2012, p. 48); „înainte de a aplica orice tip de *peeling* pe ten, trebuie să..." (G, 7/2012, p. 19); „*peeling*-ul cu fenol este folosit pentru a trata riduri faciale fine, pete ale pielii cauzate de sarcină, anticoncepționale, boli virale, expunerea la soare" (U, 04/2011, p.26). Termenul apare înregistrat în DCR3.

Din perspectiva organizării riguroase a terminologiilor, reține atenția construirea în TC a unor microsisteme lexicale, formate în jurul unui termen-pivot din categoria internaționalismelor (Stoichițoiu-Ichim 2007: 591). Coeziunea microsistemului lexical format în jurul termenului *stil* este asigurată în plan formal şi semantic de rădăcina comună (uşor de recunoscut chiar şi în cazul unor grafii paralele de tipul *stil*-*style*).

Datorită etimologiei multiple, ansamblul lexical format în jurul termenilor **stil** (< fr. *style*) şi **style** (< engl. *style*) evidențiază o situație specială. Rom. *stilist* – înregistrat în MDN:824 numai cu sensurile fr. *styliste* (1. „scriitor care se conformează regulilor de stil, care se distinge prin stilul operelor sale. 2. specialist în estetica industrială") şi-a îmbogățit semnificația, prin calc semantic, după modelul engl. *Stylist,* fiind înregistrat în DCR3 cu sensul: „persoană care se ocupă de realizarea diferitelor stiluri de frizuri şi coafuri; frizer, coafor". Asemănarea formală (care generează frecvent în română grafii oscilante) a favorizat preluarea a trei sensuri ale etimonului englezesc, consemnate în OALD: 1473).

Cu primul sens împrumutat din engleză („a person whose job is cutting and shaping people's hair"), *stilist* tinde să se substituie în uzul curent rom. *coafor* (< fr. *coiffeur*), fie singur, fie în compusul *hair-stylist – stilist*:

> „Da, frizer, nu *hair-stylist*. Până să ajungă la aceasta, a schimbat alte trei domenii de activitate. Vă puteți imagina că Radu Ş., unul dintre cei mai bine cotați *stilişti* ai momentului a fost, printre altele, gestionar la Fabrica de bere Grivița? Este o personalitate atipică în lumea hair-stiliştilor" (TO, 12/2012, p. 34).

BDD-V1165 © 2014 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 02:59:55 UTC)

Dincolo de conotațiile de prestigiu asociate, de regulă, anglicismelor, între (*hair*) *stylist*/*stylist* şi *coafor* sau *frizer* apar şi distincții de ordin semantic, evidențiate în dicționarele de specialitate („Daniela R., *hair-stylist,* absolvent Academia Blondi, participant seminarii Wella – tunsoare şi culoare, specialist în tunsoare pe păr scurt şi lung" (C, 10/2012, p. 15).

Printr-o lărgire de sens realizată în română, *stilist* poate desemna şi specialişti în manichiură sau pedichiură:

> „Unghiile false sunt folosite de secole pentru a da stil unei manichiuri sau pedichiuri şi pentru a fi în pas cu tendințele – *stiliştii* protezişti de unghii pot realiza astăzi adevărate sculpturi cu ajutorul gelului, razelor UV, fibră de sticlă sau mătase" (G, 31.03.07, p. 13).

Al doilea sens împrumutat din engleză („a person whose job is to create or design a particular style or image for a product or person, an advertisement, etc.") corespunde sintagmei *creator de imagine*, aşa cum rezultă din următoarele contexte:

> „creatorul de imagine sau stilistul este profesionistul calificat ce planifică şi creează colecția de modă – forța propulsoare a echipei de modă, unde lucrează cu creionul şi hârtia, prin linii şi culori, oferindu-şi talentul în vederea creării de imagini inovatoare pentru piața actuală de modă" (U, 04/2011, p.31);

> „De atunci, a început cariera sa în sfera modei, implicându-se în proiecte de succes, în calitate de designer, fashion *stylist* şi creator de imagine" (V, 3/2012, p. 27).

Acelaşi sens apare şi în numeroase exemple din reviste şi publicații de specialitate:

> „Iulia Albu a intrat în război cu designerii din România. După ce a spus că Botezatu nu se poate numi creator de modă, în colimatorul soției lui Mihai Albu au intrat şi alte nume din istoria modei, printre care şi Dana Budeanu, *stilista* Mihaelei Rădulescu" (G, 7/2012, p. 14);

> „antrenor personal, *stilist*, personal shopper sau life coach-ul – noul alai al omului de afaceri" (TO, 12/2012, p. 29);

> „Rachel Zoe, stilista lui Anne Hathaway şi Cameron Diaz, este probabil una din cele mai bune *stiliste* din lume şi cu siguranță, cea mai influentă. Stilul ei boem, relaxat, dar sofisticat, i-a adus contracte cu aproape toate celebrițile, iar alegerile ei sunt apreciate din plin de criticii de modă. Banii pe care-i câştigă *stilista* sunt pe măsură: 10 000 dolari pe job" (C, 1/2013, p. 32).

Concluzie

Scurta prezentare a unui număr restrâns de anglicisme din TC evidențiază faptul că, în acest domeniu, *ospitalitatea* (Stoichițoiu-Ichim 2007: 594) față de împrumuturi câştigă teren față de capacitatea de inovare exprimată prin diverse modalități de asimilare.

Caracterul pregnant de „ultimă oră" al majorității faptelor lingvistice discutate mai sus face considerabil mai dificilă formularea unor concluzii sau previziuni solid fundamentate. Cu

BDD-V1165 © 2014 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 02:59:55 UTC)

toate acestea, considerăm că monitorizarea anglicismelor din TC prezintă interes atât pentru *lexicologie* şi *semantică* (din perspectiva dinamicii lexicale), cât şi pentru *lexicografie* şi *terminografie*, prin semnalarea unor termeni sau sensuri noi, deja consacrate în uzul actual al limbii române.

SIGLE ŞI ABREVIERI

A – „Avon"; C – „Cosmopolitan"; DCR3 – Florica Dimitrescu, (coord.), Alexandru Ciolan, Coman Lupu, *Dicţionar de cuvinte recente*, ediția a 3-a, Editura Logos, Bucureşti, 2013; DEA – M. Görlach (ed.), *A Dictionary of European Anglicisms*, Oxford, Oxford University Press, 2005; DEX, Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan", *Dicţionarul explicativ al limbii române*, ediția a II-a, Bucureşti, Univers Enciclopedic, 1996; DOOM2 – *Dicţionarul ortografic, ortoepic şi morfologic al limbii române* (coord. Ioana Vintilă-Rădulescu), ediția a doua revăzută şi adăugită, Bucureşti, Univers Enciclopedic, 2005; DSL − Angela Bidu-Vrănceanu, Cristina Călăraşu, Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, Mihaela Mancaş, Gabriela Pană Dindelegan, *Dicţionar de ştiinţe ale limbii*, Bucureşti, Nemira, 2001; G – „Glamour", OALD – A.S. Hornby, *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, 7th edition, Oxford, Oxford University Press, 2005; MDN – Florin Marcu – *Marele dicţionar de neologisme*, Bucureşti, Editura Saeculum, I. O., 2002; TO – „The One", U – „Unica"; V – „Viva".

BIBLIOGRAFIE

Avram, Mioara, 1997, *Anglicismele în limba română actuală*, Bucureşti, Editura Academiei Române.

Bidu-Vrănceanu, Angela, 2000, *Lexic comun, lexic specializat*, Bucureşti, Editura Universităţii din Bucureşti.

Bidu-Vrănceanu, Angela, Narcisa Forăscu, 2005, *Limba română contemporană. Lexicul*, Bucureşti, Humanitas Educaţional.

Bidu-Vrănceanu, Angela, Cristina Călăraşu, Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, Mihaela Mancaş, Gabriela Pană Dindelegan, 2001, *Dicţionar de ştiinţe ale limbii*, Bucureşti, Editura Nemira.

Guţu Romalo, Valeria, 2005, *Aspecte ale evoluţiei limbii române*, Bucureşti, Humanitas Educaţional.

Stoichiţoiu-Ichim, Adriana, 2001, *Vocabularul limbii române actuale*, Bucureşti, Editura BIC ALL.

Stoichiţoiu-Ichim, Adriana, 2006a, *Aspecte ale influenţei engleze în româna actuală*, Bucureşti, Editura Universităţii din Bucureşti.

Stoichiţoiu-Ichim, Adriana, 2006b, *Creativitate lexicală în româna actuală*, Bucureşti, Editura Universităţii din Bucureşti.

Stoichiţoiu-Ichim, Adriana, 2007, „Anglicismele 'la modă' în limbajul modei", în Gabriela Pană Dindelegan (ed.), *Limba română. Stadiul Actual al Cercetării. Actele celui de-al şaselea colocviu al catedrei de limba română (29-30 nov. 2006)*, Bucureşti, Editura Universităţii din Bucureşti, p. 581−598.

www.divahair.ro/frumusete/make_up/obtine_un_machiaj_smokey_eyes_perfect! (consultat 03.02. 2013)

www.unica.ro/detalii-articole/articole/totul-despre-gloss-18417.html (consultat 03.02. 2013)

BDD-V1165 © 2014 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 02:59:55 UTC)

THE TERMINOLOGY OF COSMETICS IN THE ROMANIAN LANGUAGE. THE ASSIMILATION OF ANGLICISMS

(*Abstract*)

The social, political, economic and cultural realities cause an unprecedented increase of the lexical loans from English, especially by means of the mass media. The terminology of cosmetics (TC) is one of the areas that "benefits" most from this avalanche of anglicisms. Alongside other terminologies, TC puts the Romanian specialized vocabulary in direct relationship with the common vocabulary and highlights the ability of Romanian to get richer through lexical loans or by stimulating creativity and the valorization of the lexical-uptake of anglicisms.

The present paper is based on the finding that the English terminology of cosmetics has not yet been studied systematically in Romanian linguistics. The presentation was limited to a category of TC terms with a lower degree of specialization or of general use, most of them representing 'fancy' loans.

Our approach is mainly descriptive and tackles the semantics of TC terms with respect to the meanings of their English etymon (as recorded in the Oxford Advanced Learner's Dictionary). The corpus of terms under investigation is taken from popular beauty catalogues and glossy magazines: AVON, BRAVO GIRL, COOL GIRL, COSMOPOLITAN, GLAMOUR, THE ONE, UNICA and VIVA.

First of all, we will analyze the category of 'absolute' novelties (*gloss, concealer, peeling, smokey eyes*) which includes anglicisms still unrecorded in dictionaries, but whose use is certified by the current discourse of cosmetics and body care techniques.

Secondly, we will approach the category of 'relative' novelties (*make-up, hair-stylist*) which is more interesting in the attempt to understand the dynamics of meaning in the actual operation of the language because the anglicisms that are already assimilated into Romanian borrow other meanings of the English etymon.

We consider that the monitoring of the TC anglicisms proves rewarding both for lexicology and semantics as well as for terminography and lexicography through highlighting new terms or new meanings, already recorded in the current use of the Romanian language.

BDD-V1165 © 2014 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 02:59:55 UTC)