

NUME DE VINURI ȘI DE SOIURI DE STRUGURI ROMÂNEȘTI

MIHAELA MUNTEANU SISERMAN
Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca
Centrul Universitar Nord Baia Mare, România

Names of Romanian wines and grape varieties

Abstract: As any other gastronomic product, wine is also identified by means of names. The names given to wines become, more often than not, national cultural brands. The phrases that designate wines constitute a heterogeneous semantic class, as most of the times they are motivated noun phrases, which require, in order to be decoded, diversified extralinguistic knowledge regarding culture, history, universal or local mythology: *Lacrima lui Ovidiu*, *Prince Matei*, *Castelul Huniade*, *Miorița*, *Sirena Dunării*, *Golem*, *7 Păcate*. At the same time, the names of wines can include native and/or foreign anthroponyms, showing different degrees of adaptation (*Conu' Alecu*), or various (Romanian or international) appellatives that have become proper nouns: *Făurar*, *Menestrel*, *Monșer*, *Terra Romana*, *Anima*.

Keywords: names of wine, semantic categories, the process of creating metaphors, metonymy, cultural symbol.

1. Introducere

În studiul de față ne propunem să analizăm din perspectivă lingvistică, dar și pragmatică, numele de vinuri și de soiuri de struguri românești, încercând să surprindem mecanismele de atribuire de nume acestor produse / obiecte, care, în majoritatea cazurilor, au o motivație extralingvistică, de diferite ordine.

În știința oenologiei sau în limbajul specializat al cunoscătorilor, vinul este clasificat în funcție de diferite criterii, riguros stabilite, acesta putând fi încadrat taxonomic în funcție de:

a) *soiurile de struguri*, atât internaționale, cât și autohtone (*Cabernet Sauvignon*, *Merlot*, dar și *Feteasca albă*, *neagră*, *regală* ori *Galbena de Odobești*, precum și soiuri ca *Băbească* și *Frâncușă*);

b) *culoare* (*vinuri albe*, *roșii* și *rosé*);

c) *caracter* (*vinuri dulci*, *demidulci*, *seci*, *demiseci*);

d) *țara de origine* (Franța, Italia, Africa de Sud, Republica Moldova, România) sau de regiune (*Beaujolais*, *Chateuneuf du Pape* sau renumitele *Colinele Dobrogei* sau vinuri cu / de proveniență din regiunea *Cotnari*, *Jidvei*, *Murfatlar*).

2. Repere istorice

A reface drumul parcurs de vița-de-vie pe actualul teritoriu al României înseamnă, de fapt, a reconstitui trecutul acestei țări, ce coboară în timpuri foarte îndepărtate. Numeroase urme lăsate de vestigii și documente arheologice, mitologice, numismatice, lingvistice sau cele aparținând etnografiei și folclorului autohtone, transmise prin literatura cultă sau orală, devin mărturii peremptorii ale existenței culturii viței-de-vie și ale cultului vinului pe actualul spațiu geografic al României. Izvoarele istorice plasează cronologic existența viței-de-vie pe teritoriul proto-dacilor: (mileniul II, î. H): „*dintre toate părțile Europei, Tracia a fost cea mai veche și cea mai respectată pentru vinurile sale și aceea care și-a păstrat cel mai mult prestigiul*” (R. Billiard *apud* M. Macici 1996: 10).

Cultura viței-de-vie în România, țară cu *vocație viticolă*, este răspândită pe întreg teritoriul acesteia, cu podgorii specifice pentru diferitele soiuri de struguri și poate fi definită prin caracterul său puternic autohtonizat, dar și unul europenizat în toate manifestările sale¹. Cu referire strict la onomastica a tot ceea ce circumscrie și descrie activitatea viticolă și oenologică – nume de podgorii, domenii, crame, soiuri de struguri și nume de vinuri – aceasta reflectă identitatea românească, cu adânci rădăcini în istoria națională, ce coboară până dincolo de perioada de romanizare a dacilor (a se vedea numele cu rezonanțe traco-dacice sau cele care ascund un etimon latin, *infra* 3.n).

3. Categoriile semantice de nume de vinuri și de soiuri românești

Ca orice produs gastronomic (vezi Munteanu Siserman 2013), vinul se identifică și prin numele atribuit, nume ce devine, nu de puține ori, un *brand cultural național*. Expresiile designative pentru vinuri constituie o clasă semantică eterogenă, în majoritatea cazurilor fiind vorba despre structuri nominale motivate, dar care necesită, în decriptarea lor, apelul la cunoștințe extralingvistice de natură diversă: sunt nume de vinuri cu referințe culturale, istorice, mitologice universale sau autohtone: *Lacrima lui Ovidiu*, *Prince Matei*, *Castelul Huniade*, *Miorița*, *Sirena Dunării*, *Golem*, *7 Păcate*, cu rezonanțe indigene și / sau străine, în grade diferite de adaptare: *Conu' Alecu*, *Făurar*, *Menestrel*, *Monșer*, *Terra Romana*, *Anima*.

a) denumiri care constituie «semnătura», etnonimul, fie sub forma substantivală (trimitere directă la numele țării producătoare), fie sub forma unui adjectiv relațional:

Romanian Classic (serie ce conține 9 sortimente de vinuri din diferite soiuri atât autohtone, cât și străine), *Romanian Cellars*, *Rouge de Roumanie*, *Viță românească*, *Tămâioasă românească*. Variantele englezești, respectiv franțuzești ale acestor produse confirmă faptul că România este o țară cu un potențial viticol recunoscut deja pe piața internațională a produselor viticole)².

Caracterul autohton al unor soiuri este evident în denumirea latinească, ce marchează, în același timp, vechimea viței-de-vie pe teritoriul românesc: *Purpura Valahica*, *Terra Romana*.

¹ Un studiu interesant, realizat din perspectivă culturală, dar și lingvistică, privind numele de vinuri din Africa de Sud, cât și pe cele de influență europeană a fost elaborat de Neethling (2008: 765–775).

² Pentru detalii, vezi <http://www.vinexport.tm.ro/romanian-classic>.

Proveniența românească a vinului este întărită de prezența, în cadrul sintagmei designative, a unui alt element identificator românesc (hidronim, oronim etc.):

a₁) zone geografice românești + hidronime: *Terase Danubiene, Valea Călugărească, Prahova Valley, Karpaten Berge, Dunărea Albastră.*

b) Tradiția milenară a viței-de-vie și a vinului se regăsește în însuși apelativul *Tradiții*. Văzut ca o *moștenire*, vinul devine păstrătorul unui puternic potențial ce poate fi teaurizat: *Hereditas, Tezaur, Perla Transilvaniei, Zestrea* sau numele-slogan *Zestrea ta, a lui și a mea ne pregătește ceva* (nume ce reprezintă o invitație-promisiune făcută potențialului client / consumator).



Tendința actuală a societății de consum spre căutarea produselor ecologice își găsește un segment de clienți și pe piața vinurilor. Într-o continuă căutare a „gustului pierdut”, consumatorul încearcă să își regăsească memoria gustului prin asociere cu un spațiu neatins de intervenția profanatoare a omului, un spațiu protejat, în armonie cu natura. Astfel, *Hereditas* va fi brandul ce se identifică cu produsul natural, ecologic, având ca semn iconic un simbol avimorf autohton: *dropia*.

c) Denumirea acestui produs viticol, dar și acelea a numeroase soiuri de struguri românești conțin un toponim cu trimitere directă la regiunea viticolă ce coincide cu sau cuprinde mai multe podgorii)³.

c₁) Această clasă semantică include atât produse identificate direct cu numele podgoriei: *Jidvei, Târnave, Murfatlar, Receaș* (eventual, eticheta conține o informație suplimentară cu trimitere la numele soiului de struguri – *Riesling, Sauvignon Blanc, Gewurtraminer, Muscat, Pinotgris* etc.), cât și denominative, în care toponimul viticol este specific pentru un anumit soi de struguri: *Grasă de Cotnari, Busuioacă de Bohotin, Negru de Tohani / ~ de Huși.*

c₂) Am identificat, tot în această clasă, o subgrupă, în care termenul generic desemnează domeniul (mai ales cu forma de plural articulată – *Domeniile*, urmat de numele podgoriei): *Domeniile Segarcea / ~ Sâmburești / ~ Nicorești / ~ Tohani / ~ Ostrov / ~ Domeniile Coroanei Segarcea.*

³ Regiunile viticole românești coincid, în general, cu regiunile administrativ-istorice ale României: Moldova, Transilvania, Banat, Dobrogea, Muntenia, Oltenia, iar în interiorul fiecăreia sunt delimitate mai multe podgorii, Moldova caracterizându-se printr-o diversitate atât a soiurilor, cât și a caracterului: Cotești, Cotnari, Huși, Panciu, Odobești, Nicorești etc.

c₃) Termenul generic de *domeniu* este înlocuit în unele designative cu termenul *moșie*: *Moșia de la Tohani*, termen cu rezonanțe latifundiare, ce desemnează proprietarul unor întinderi funciare, cultivate, în cazul de față, cu vaste culturi de viță-de-vie.

c₄) În denomi-nația unor regiuni viticole se regăsesc tipuri de forme de relief deluroase sau colinare, propice culturilor viței-de-vie. Astfel, vom întâlni denominative în care numele formei de relief urmat, uneori, de un alt determinat (toponim, antroponim) devine identificator pentru podgorie:

Dealul Cătălina, Dealu Mare, Dealu Morii, Dealu Zorilor, Dealurile Munteniei, Dealurile Craiovei, Dealurile Buzăului, Colina Piatra Albă, Colinele Tutovei, Colinele Dobrogei.

d) locativele

Ne referim la termeni generici care desemnează fie spațiul de conservare a vinului în condiții speciale, fie locul de desfacere și comercializare: *pivniță, crama, hrubă, beci*.

Romanian Cellars, Beciul Domnesc, Vin de hrubă, Comoara Pivniței, Crama Ceptura, Crama Stârmina, Crama Atelier, Oenoteca, Drumul de la Vie.

Prezența prepoziției locative în structura unor sintagme denominative întărește ideea de spațiu familiar, evocator: *La Cetate, La Crama*.

d₁) În unele situații, mai ales în cazul unor proprietari de podgorii mai mici sau mai mari sau în cazul producătorilor de vin, acești termeni pot fi înlocuiți cu genericul *casa* (*familia*) + *antroponim identificator*, expresie designativă ce conferă produsului ideea de spațiu intim, familiaritate, bucurie împărtășită sau o tradiție păstrată și transmisă „din tată în fiu”: *Casa Isărescu, Vinul casei, Casa de Piatră* (+ lectura izotopică ‘căsnicie traincă’) *Familia Hetei* – slogan: „*Vinul care te apropie*”, *Tata și fiul*.



e) simboluri culturale, mitologice românești

Devenit un *bun cultural* și în același timp un *element civilizator* prin introducerea culturilor de viță-de-vie (cf. Chevalier și Gheerbrant 1995: 1012–1014), vinul va fi omniprezent și va străbate deopotrivă cultura de origine populară și cultă. Originile sale sunt legate, probabil, de mitul dionisiac, Dyonisos, fiind un zeu de origine tracică (acest cult poate justifica și prezența culturilor de viță-de-vie încă din perioada proto-dacilor, pe teritoriul fostei Tracii) (cf. Kernbach 1995: 152).

Dimensiunea culturală, mai ales cea ritualică, își va găsi reflexul și în denumirea unor vinuri, fie nume de sărbători precum *Rusalca Albă*⁴, *Drăgaica Roșie*⁵ fie nume de personaje mitice (cu valoare totemică, uneori) sau cu funcție de însoțitori într-un act inițiativ (degustarea): *Călăuza*. Evocarea unor personaje puternic autohtonizate din cultura română va reprezenta o strategie de marketing, produsele respective devenind branduri de țară:

- *Măiastru* (→ *Pasărea Măiastră*), *Crăița Transilvaniei*, *The Legend of Transylvania* (acesta din urmă creat ca brand românesc pentru piața occidentală, în special cea britanică, legenda Transilvaniei fiind legată de prezența vampirului).

- Puterile oracular-sapientiale: *Menestrel*, *Balada*, *Rapsod*. Numele lor trimit la funcția de poveste pe care o implicitează, vinul fiind recunoscut ca element ce dezleagă limbile și inițiază / deschide spațiul narativ.



⁴ **Rusalca (Rusaliile)** reprezintă făpturi antropomorfizate care pot fi corelate cu niște zâne cu puteri supranaturale, care au menirea de a genera malignul. Specialiștii le asociază cu *Ielele* și sunt menționate sub diverse denumiri eufemistice: *Milostivele*, *Măiestrele*, *Vântoasele*, *Bunele*, *Dănele*, *Frumoasele*, *Șoimanele* etc. Spre deosebire de zânele frumoase din basme, *Rusalcele / Rusaliile* sunt percepute a fi niște fecioare gârbove care zboară prin văzduh și determină îmbolnăviri neuropsihice („luatul minții”, „luatul gurii” etc.). În mentalitatea tradițională românească există convingerea că până la Rusalii le este permis spiritelor celor adormite să sălășluiască nestingherite printre cei vii. Din perspectivă etimologică (lat. *rosalia*), se pot observa similitudini cu sărbătoarea romană a rozelor, când se puneau trandafiri pe morminte (vezi Ghinoiu 2002: 326–337).

⁵ **Drăgaica** (denumire în Muntenia, Dobrogea, sudul și centrul Moldovei) este o zeiță protectoare a lanurilor de grâu și a femeilor măritate. Ritual, de origine agrară, vizează prosperitatea și protecția culturilor, mai ales de cereale. În alte părți (Banat, Bucovina, Maramureș, Transilvania), această zeităte este cunoscută sub denumirea de *Sânziana*. De asemenea, drăgaica poate desemna și floarea galbenă, denumită științific *Galium verum* sau *sânziană*, care, de obicei, înflorește în perioada ritualului. Dacă florile nu sunt înflorite este semn rău, înseamnă că ceva a încurcat desfășurarea anului sau că oamenii au supărat sânzienele (cf. *Wikipedia*). Poate fi asociată cu Diana, Iuno (la romani) sau cu Hera, Artemis (la greci); prin tradiție populară, se naște la moartea Babei Dochia (9 martie) și crește până pe 24 iunie (solstițiul de vară) (vezi Ghinoiu 2002: 309–319 și Ghinoiu 2005: 138).

• Funcția magică și ritualică: *Incantation, Misterium, Miracol*. Etichetajul ce însoțește produsul viticol este evocator pentru simbolismul cu care este investit numele. De exemplu, în cazul vinului *Incantation*, eticheta simbolizează un posibil ritual șamanic, în care lumea spiritelor, natura și lumea celestă se găsesc într-o strânsă legătură.

• *Sirena Dunării* este numele unui vin licoros, vin căruia i s-a mai spus și „vin pentru îndrăgostire”, care ar putea, fără tăgadă, susține ritualul autohton al Dragobetelui (Boerescu 2008: 34).

• *Lacrima lui Ovidiu*, simbol cultural cvasiautohtonizat, este evocator pentru exilul poetului latin la marginea Imperiului Roman, în vremurile augustiniene.

f) simboluri religioase

Rămâneți în Mine și Eu în voi. Precum mlădița nu poate să aducă roada de la sine dacă nu rămâne în viță, tot așa nici voi, dacă nu rămâneți în Mine. Eu sunt vița, voi sunteți mlădițele. Cel ce rămâne întru Mine și Eu în el, acela aduce roadă multă, căci fără Mine nu puteți face nimic. Dacă cineva nu rămâne în Mine, se aruncă afară, ca mlădița, și se usucă; și le adună și le aruncă în foc și ard (Ioan 15, 4–6).

Considerat încă din religiile politeiste ca „băutură a zeilor”, vinul va străbate întreaga cultură religioasă, din *Vechiul Testament* până la momentul Cinei celei de Taină, fiindu-i circumscrisă o valoare sacru-simbolică (prezența vinului în toate „riturile de trecere”):

– transformarea apei în vin la Nunta din Cana Galilei;

– simbolul tainei euharistice la Cina cea de Taină.

f₁) funcția pragmatică: *Vin bisericesc, Vin liturgic*;

f₂) personaje: *Golem* – desemnează o ființă creată artificial (după o legendă iudaică), din lut și însuflețită de un rabin și care, devenind primejdioasă prin forța sa, a fost nimicită (vezi DEX online).

Cei care operează cu strategiile de marketing recurg la o serie de vinuri care au ca eponim numele unor sfinți, produsul fiind creat pentru ocazii speciale („ziua numelui”, de exemplu): *Sfânta Ana, Sfântu Andrei, Sfântu Dumitru, Sfântu Ilie, Sfântu Ioan, Sfântu Gheorghe, Sfânta Maria, Sfântu Nicolae, Sfinții Constantin și Elena, Sfinții Mihail și Gavril, Sfinții Petru și Pavel*.

Alături de această linie de vinuri, gama *Cupola Sanctis* a Cramelor Orprișor conține un brand cu numele *Vestitor (Vestea cea Mare)*.

f₃) sărbători religioase

– *Iordana* – soi de struguri albi, având o perioadă lungă de vegetație, rezistenți și care se pot păstra până iarna, numele avându-și originea în sărbătoarea religioasă a Bobotezei (6 ianuarie), cunoscută în tradiția populară românească și cu numele de Iordan (→ reiterarea simbolică a botezului Domnului în râul Iordan) (cf. Nuță 1971: 54).

f₄) simboluri numerice: *7 Păcate, 3 Pești* (atât cifra, cât și substantivul întăresc simbolismul religios – lectura literală a designativului trimite la un cupaj de trei soiuri *Sauvignon Blanc, Riesling Italian, Fetească Albă*).

f₅) alte nume: *Bisericuța, Rai de Murțfatlar, Șoapta Călugărului*.

g) castel⁶

Prezența castelului în aceste denumiri „trădează” originea nobilă, aristocrată a viței-de-vie, și, implicit, pe cea a vinului, chiar dacă astăzi locul nu mai păstrează nimic din existența acestuia (doar legenda uneori):

- *Castel Bolovanu, Castel Jidvei, Castel Stârmina, Castel Vârteșcoiu*. Determinantul toponimic circumscrie zona geografică a podgoriei.

- *Castel Huniade*, în schimb, este puternic impregnat de istoria românilor, Cramele Recaș recurgând la acest simbol autohton, unul dintre cele mai marcante simboluri ale orașului Timișoara. A fost construit în 1447 de către Ioan de Hunedoara, an în care este menționată pentru prima dată atestarea documentară a viilor Recaș.

- *Castle Rock*.

h) demnități, ranguri, titluri nobiliare, statut social

Tradiția și cultul viței-de-vie erau considerate apanajul curților princiare (costurile la care se ridica întreținerea unor astfel de culturi), motiv pentru care memoria colectivă a păstrat în denumirea acestora reminiscențe nobiliare, fie sub forma unor demnități, fie a unor ritualuri ce țin de eticheta impusă de rang:

- *Beciul Domnesc, Casa Domnească, Budureasca – Vinuri nobile românești* (identificate iconic cu efigia unui cap de conducător dac), *Vinul Cavalerului, Noblesse, Patrician, Princiar, Voievodal, Wine Princess, Reverence*.

- *Boier Bibicu, Conu' Alecu* – cu o puternică coloratură autohtonă de secolul al XIX-lea, atât apelativul, cât și antroponimul identificator;

Seria de vinuri *Prințul Mircea, Prince Matei⁷, Domnița Ruxandra, Cuvée Nicolae⁸, Cuvée Regal*.

- *La Putere* – o gamă de vinuri ale cramelor Recaș, care a fost creată ca brand pentru un segment social cu statut ridicat, în căutare de produse de imagine.



⁶ În denumirea vinurilor franțuzești, mai ales a celor produse în regiunea Beaujolais, termenul *château* (castel) desemnează o exploatare viticolă, care nu presupune în mod obligatoriu prezența unui castel, acesta funcționând în regim de sinonimie cu *domeniu*. Fascinația consumatorilor de o posibilă imagine asociată cu ideea de aristocrație, semn al garanției produsului (*i.e.* vinul), a făcut ca termenul să se răspândească și în alte regiuni viticole ale Franței (Chatelain-Courtois 1984: 83).

⁷ Cu referire la domnitorul Matei Basarab (1632–1654).

⁸ Nicolae – fratele regelui Carol al II-lea României (1893–1953).

i) Numele soiurilor românești de struguri au, în majoritatea cazurilor, o *motivare semantică* în raport cu referentul (*i.e.* strugurele). Aceste denumiri au la bază o relație metonimică sau, de cele mai multe ori, sunt efectul unui proces de metaforizare (prin analogie):

i₁) culoare: prin metonimie, numele trimite la culoarea soiului de strugure: roșu, alb sau rosé:

Structura lingvistică cel mai frecvent întâlnită este numele de culoare substantivizat + toponim (cu trimitere la numele localității de origine a soiului de struguri sau numele podgoriei – numele de cultură):

- *Galbenă de Odobești, Neagră de Ștefănești, Negru de Tohani, strugure roz de Uricani* (Nuță 1971: 79), *Negru de Drăgășani, Odobești Golden, Negru de Sariochioi, Negru vârtos, Negru moale*
- *Roșioară:* sufixul adjectival / substantival diminutival, cu rol distinctiv în interiorul soiurilor de struguri, desemnând un soi de viță-de-vie rosé (vin de culoare roșu-rozuliu);
- *Auriu* – vin alb.

În denumirea unor soiuri autohtone de struguri, adjectivul desemnând culoarea marchează „genealogia” (*i. e.* înrudirea / metisarea / hibridizarea) produsului cu altele diferite sau asemănătoare :

„Ramura Feteștilor este coloana vertebrală a soiurilor românești autohtone. *Feteasca Albă* este fiica celei negre, într-un trecut incert, apărând printr-o mutație spontană...” (Florescu Zidureanu și Demetercă 2007: 29).

- *Băbească Gri, Băbească Neagră:* „după cum îi spune numele [Băbească Gris], provine din *Băbească Neagră*, soi străvechi *autohton*, descinzând direct din *Vitis Silvestris*, *vița sălbatică* (Idem: 28).
- *Tămâioasa roz* (soi);
- *Rouge de Roumanie*, apelativ ce funcționează ca strategie de marketing, denumirea fiind identificatoare pentru piața exporturilor.

i₂) forma strugurelui

• *Fetească* – adjectiv post-substantivizat, format prin sufixare: *fată* + sufixul *-esc, -ească*. Desemnează, prin analogie cu semele generice pe care le implică substantivul *fată* [+ tinerețe], [+ frăgezime], etc. deopotrivă un soi de struguri ale cărui boabe au o formă mică, rotundă și măruntă și numele unui vin românesc.

Prin analogie formală cu anumite avimorfe, în unele zone viticole românești, variantei roșii a acestui soi – *Feteasca Neagră* – i se mai spune și *Coadă Rândunicii* sau *Păsăreacă Neagră*.

Substantivul *poamă* este foarte des întâlnit (mai ales în denumirile dialectale ale soiurilor de struguri din Moldova) cu un sens generic, devenit sinonim cu substantivul *stugure* (*struguri*). Apare mai ales în structuri lingvistice compuse, pe poziție de determinat: *poama berbecului, poama boierului, poama burghezului, poama fetei, poama cucoanei, poama fetei neagre*⁹ și / sau *Floarea fetei negre* (ultimele două denumiri fiind sinonime pentru soiul *Fetească Neagră*) (cf. Nuță 1971: 77; vezi și Florescu Zidureanu și Demetercă 2007: 143).

• *Băbească* – reprezintă un soi autohton străvechi, ce descinde direct din *vița sălbatică* *Vitis Silvestris*, cultivată încă din perioada preromană (dezvoltând o posibilă legătură cu

⁹ Nicolescu (n.d.: online).

semantismul substantivului din care a derivat prin sufixare adjectivală – *babă*)¹⁰. Datorită ciorchinelui de struguri foarte ramificat, cu boabe rare, acest soi se mai numește, prin analogie formală cu dispunerea boabelor de strugure, *Crăcana* (< verbul *a crăcana*), *Căldărușa* (*căldare* + sufix diminutival *-uș, -ușă*) sau *Rara neagră* (cf. Nuță 1971: 57).

• *Grasa* (*de Cotnari*) – datorită pielii foarte subțiri, boabele de struguri ale acestui soi permit acumularea unei mari cantități de zahăr. Numele acestui soi este motivat prin conținutul ridicat de zaharuri, ceea ce îi conferă vinului un caracter onctuos, licoros. Produsul îl întâlnim și cu numele de *Grasă Românească*

i₃) eponime, etnonime

• *Braghină* – soi de struguri din podgoria Drăgășanilor, care, potrivit legendei, și-ar datora numele uneia dintre ficele lui Burebista – *Bagrina* –, rege al dacilor care a ordonat defrișarea viilor împotriva invaziei floxerice (Macici 1996: 66).

• *Gordan* – numele unui soi de struguri cultivat în podgoria Drăgășanilor, al cărui eponim ar fi numele unui viteaz dac, ce devenea de neînving în urma consumării câtorva pahare de vin din acest soi căruia i-ar fi dat numele (Ibid.).

• *Gordin* – soi de struguri albi străvechi, cultivat cu precădere în podgoria Dealu Mare și care își datorează numele generalului roman Gordinus (secolul al II-lea), care se găsea pe teritoriul Daciei după ocuparea acesteia de împăratul Traian¹¹.

• *Frâncușă* – soi de struguri albi (podgoria Cotnari), al cărui nume reprezintă un derivat de la substantivul *frânc* + suf. diminutival *-ușă*. Substantivul *frânc* (< *francus*, latina medievală) era numele generic dat occidentalilor de origine latină (vezi *DEX online*).

• *Schwaben Wein* – Vin Șvăbesc (omagiul adus de Cramele Recaș populației de etnie germană care a trăit în zona Banatului).

• *Nausica* – numele unui soi de struguri, ce provine de la numele personajului feminin *Nausica*, cea care l-a salvat de la naufragiu pe Ulise, în drumul său de întoarcere spre Ithaka (cf. DMG).

• *Nicorești* (podgoria): potrivit unei legende, în urma bătăliei câștigată la Podul Înalt, Ștefan cel Mare a poposit în regiunea Policin, iar comandantul oștilor, hatmanul Nicoară, i-a oferit la ospăț un vin roșu produs în această zonă, care i-a plăcut în așa măsură domnitorului, încât i-a dat numele acestuia (Macici 1996: 45).

i₄) denumiri sinestezice

Nu de puține ori limbajul recurge la diferite structuri cumulative care activează simultaneitatea mai multor simțuri prin evocarea unor sugestii vizuale, auditive, tactile, olfactive, gustative, ce își „răspund” potrivit principiului sinestezic.

¹⁰ Potrivit legendei, soiul își datorează numele domnitorului Ștefan cel Mare, căruia oștenii i-au adus vin de la o *babă*, iar de fiecare dată când trecea prin podgoria Nicorești cerea vin din acela (Florescu Zidureanu și Demetercă 2007: 73).

¹¹ O altă ipoteză sugerează faptul că acest soi ar fi existat pe teritoriul Daciei înainte de cucerirea romană, iar denumirea ar fi fost dată acestui soi de către legiunile romane aflate în Dacia, în memoria celor trei împărați romani, care au purtat același nume *Gordianus* (I, II, III) (Pusca 2006: online). Hasdeu (*apud* Nuță 1971: 61) stabilește o etimologie anterioară cuceririi romane, de substrat tragic < *gardha* „strugurele ca fruct oprit”.

Astfel, în denumirea soiurilor *Busuioacă (de Bohotin)* sau *Tămâioasă (Românească)* este evocată aroma și / sau mirosul de *busuioac*, respectiv cel de *tămâie*. Structura morfologică a acestor denominative urmează același tipar morfosintactic derivațional pe baza unor substantive, urmate de o determinare locativă a culturii (podgoriei) (*de Bohotin*) sau eponimică.

- *Suav*: Care produce o impresie plăcută asupra auzului sau mirosului; delicat, fin, gingaș (DN).

j) simboluri zoomorfe, avimorfe

Simbolurile animaliere prezente în desemnarea vinurilor ascund, în general, un univers mitologic autohton și universal totodată, cu diferite valori (cocoșul, taurul, ursul): *Cocoș, Cocoșul dintre vii, Sânge de Taur, Puterea Ursului, Sângele Ursului, Lup Alb*¹².



k) dimensiune-recipient, dimensiune-cultură viticolă

– cuprinde cifre, unități de măsură sau adjective substantivizate, cu o conotație de dimensiune apreciabilă (*baban*) sau

2 XL (recipient de 1,5 l), *Babanu* (recipient de 2,5 l), *Magnum* (pentru spumante – 1,5 l), linia *Miniaturi* (Cramele Recaș) – linie de îmbuteliere a vinului în recipiente de 0,25 cl, 3 hectare (întinderea culturii).

l) denumiri circadiene

Asemeni oricărei semințe care prinde viață, vinul parcurge mai multe etape existențiale, de la vlăstar până la strugurele matur. Această metamorfozare, aceste avatarii sunt reflectate lingvistic și la nivel designativ: *Mugur de viță, Kronos, Proles Pontica (Vlăstar Pontic), Legendele Toamnei, Floare de Toamnă*.

m) efecte produse

Efectele produse ca urmare a consumării acestui vin sunt, în genere, asociate cu stări benefice, întotdeauna cu o conotație pozitivă:

- terapeutice: *Black Doktor*;

¹² Apărut sub forma mai multor soiuri, *Lup Alb* este numele care a fost ales pentru a desemna o serie de vinuri românești, producătorul recurgând la această strategie pentru a crea un brand de țară, Marele Lup Alb fiind în cultura geto-dacilor (mari cultivatori de viță-de-vie) ocrotitorul pământurilor și al obiceiurilor strămoșești.

- afrodisiace: *Erotikon*, *2 Hot Alcodisiac*;
- extatice, euforice, de stare de bine: *Jovial*.

n) lectură (cheie) intertextuală

Unele nume de vinuri își pot găsi rezolvarea într-o cheie intertextuală, care presupune o inițiere / lectură prealabilă:

- *Visul unei nopți cu Fetească Regală*, *Codul lui Merlot* (opere → *Visul unei nopți de vară*, *Codul lui DaVinci*) invită potențialul client la o lectură degustativă (numele soiului de struguri substituie titlul inițial);
- *România pitorească* (titlul omonim al operei lui Alexandru Vlahuță);
- *Pas în doi* (numele unui dans de perechi *Passo doble*);
- *Fata culcată în iarbă* (tablou pictat de Grigorescu).



o) cuvinte și construcții lingvistice

- latinești: *Omnia*, *Nec plus ultra*, *Non vi sed arte* („Nu prin forță, ci prin măiestrie”¹³), *Vitis Vetus* („Viță Veche”), *Minima Moralia*, *Paganus*¹⁴, *Proles Pontica* („Vlăstar Pontic”), *Emeritus* (vin cu merite și calități deosebite, care merită o recunoaștere – *merituos*), *Cadarissima* (derivat din numele soiului tradițional *cadarcă*, specific podgoriilor Miniș-Măderat, + sufixul latinesc de superlativ *-issima*).

- românești:

Te iubesc mult – brand creat în scopuri comerciale, reprezintă numele unui vin ocazional, oferit și consumat cu ocazia *Valentine’s Day* sau 8 Martie.

Bob cu bob (brand și pentru o marcă de orez) – expresie lingvistică ce denotează un produs ales „pe spânceană”, cu multă migală.

p) mărci „universitare”

Casa de vinuri Cotnari a scos în 2011 o gamă de vinuri numite *Colocviu* (*la Roma*, *la Paris*, *la Moscova*, *la Atena*). Inițial, gama apărea sub numele de *Simpozion*, dar cu o altă

¹³ Actul degustării vinului este un eveniment care presupune inițiere, tehnică și un limbaj specific, și nu trebuie să fie asimilat consumului ordinar al vinului.

¹⁴ Reprezintă o serie de vinuri nefiltrate.

casă de vinuri (Casa Frâncu lansase pe piață vinurile *Symposion*¹⁵), pentru a nu crea confuzii, și cum această marcă fusese deja înregistrată la OSIM, fostul *Simpozion* devine actualul *Colocviu!*



4. Concluzii

În corpusul onomastic al numelor de vinuri și de soiuri de struguri românești supus analizei – în mod evident deschis ca inventar – se poate constata o tendință cvasigeneralizată pentru majoritatea podgoriilor, a caselor de vinuri, a producătorilor: (re)întoarcerea spre simboluri puternic autohtonizate, aparținând patrimoniului cultural, istoric românesc. Cu o existență reală sau legendară, acești referenți inițiali vor servi ca imagini de marcă pentru un produs gastronomic reputat pe piața occidentală a vinurilor (vezi numeroasele premii obținute la concursurile de profil). Deschiderea spre această piață occidentală dezvoltă o altă tendință în nomenclatorul vinurilor românești, în sensul alegerii unor nume, ca strategii de marketing, care fac ca acestea să pătrundă mai ușor pe piață. De fiecare dată însă, aceste nume străine conțin, în structura lor lingvistică, o componentă mai mult sau mai puțin transparentă / mai mult sau mai puțin opacă în decriptarea provenienței produsului viticol: *Rouge de Roumanie*, *The Legend of Transylvania*.

Bibliografie

- Bocșe, B. 2012. Gama Colocviu 2011, Casa de vinuri Cotnari. *Printre vinuri*. <http://printrevinuri.ro/2012/10/gama-colocviu-2011-casa-de-vinuri-cotnari.html> (accesat în luna mai 2013).
- Boerescu, D.-S. 2008. *Cartea vinurilor dulci: 140 de licori însoțite de sugestii gastronomice*. București: Trei.
- Chatelain-Courtois, M. 1984. *Les mots du vin et de l'ivresse*. Paris: Belin.

¹⁵ Semnificația literală a cuvântului *symposion*, de origine greacă este de „a bea împreună”, reprezentând o instituție tipic elenă, față de care cetățenii își manifestau solidaritatea cu bucurie. În timpul acestui *symposion*, ce succeda cinei propriu-zise, participanții beau vin amestecat cu apă, iar reuniunea constituia un pretext pentru diferite conversații, de diferite ordine (de la cele metafizice până la spectacole de varietăți). Proportia amestecului de vin cu apă era determinată de caracterul conferit de către participanți la discuțiile ce urmau să aibă loc. Astfel, el devenea un fel de „lubrefiant social care atenuează asperitățile comunicării și facilitează reflecția dezinhibată” (Sfirlogea 2012: online). Echivalentul acestor manifestări la romani era banchetul, *convivium*, cu sensul de „a lua masa împreună”, vinul fiind consumat la sfârșitul acesteia, moment de destindere și desfătare, însoțit de cântece, discuții filosofice (Gautier 2001: 57).

- Chevalier, J. și A. Gheerbrant. 1995. *DS – Dictionnaire des symboles*. Paris: Robert Laffont.
- Florescu Zidurean, C. și E. Demetercă. 2007. *Ghidul gustului. Inițiere în arta vinului*. București: Grupul Editorial Corint.
- Gautier, J.-Fr. 2001. *Civilizația vinului*. C. Călușer (trad.). Cluj-Napoca: Dacia.
- Gautier, J.-Fr. 2010. *Istoria vinului*. M. Frunză (trad.). Iași: Institutul European.
- Ghinoiu, I. 2002. *Sărbători și obiceiuri românești*, București: Elion
- Ghinoiu, I. 2005. *Comoara satelor. Calendar popular*, București: Editura Academiei Române.
- Kernbach, V. 1995. *Dicționar de mitologie generală [DMG]*. București: Albatros.
- Macici, M. 1996. *Vinurile României*. București: Alcor Edimpex.
- Matthew, J. 2011. *Cartea vinurilor. Schimbă-ți felul în care gândești despre vin*. Pitești: Paralela 45.
- Munteanu Siserman, M. 2013. Names in Romanian Gastronomy. În *Onomastics in Contemporary Public Space*, O. Felecan și A. Bugheșiu (eds.), 340–353. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Neethling, B. 2008. A Taste of Africa: African Names in the South African Wine Industry. În *Atti del XXII Congresso Internazionale di Scienze Onomastiche, Pisa, 28 agosto – 4 settembre 2005*, vol. II, M. G. Arcamone, D. Bremer, D. De Camilli și B. Porcelli (eds.), 765–775. Pisa: Edizioni ETS.
- Nicolescu, R. (n.d.). Soiuri de viță de vie autohtone pentru vinuri. *Wine Taste*. <http://www.winetaste.ro/vinul-si-omul/14-soiuri-de-vita-de-vie-autohtone-pentru-vinuri.html> (accesat în luna martie 2013).
- Nuță, I. 1971. Denumiri pentru soiuri de struguri în Moldova. *Anuar de lingvistică și istorie literară*, tom XXII, 49–91.
- Pusca, I. 2006. Gordin. *Jurnalul.ro*. <http://jurnalul.ro/timp-liber/culinar/gordin-29823.html> (accesat în luna aprilie 2013).
- Savin, P. 2012. *Universul din lingură. Despre terminologia alimentară românească*. Iași: Institutul European.
- Sfirlogea, S. 2012. Symposium. *Jurnal de bord*. <http://sorin.sfirlogea.com/2012/12/21/symposium> (accesat în luna august 2013).
- ***. 2004. *Drumul vinului în România*. București: Niculescu.
- ***. 2008. *1000 Vins du monde, Vinalies Internationales*. Paris: Hachette.