

LEXICAL STRUCTURES WITH ENGLISH ETYMON IN ROMANIAN LEXIS

Hriban Mihaela

Lecturer, PhD., „Vasile Alecsandri” University of Bacău

Abstract: Words and lexical units come and go into the Romanian lexis which is a domain into a permanent changing. Thus, words with different etymologies (words that are borrowed from French, English, German and other various languages) come into our vocabulary and influence it with the passage of time. One of these words that are used frequently in the process of communication belongs to what the researchers call "active vocabulary". Lexical units and borrowed structures into Romanian lexis that aren't used constantly into the communication process go to the "passive vocabulary" and remain there – up to the moment they are spoken by.

Keywords: lexis, influence, adaptation, etymology, lexical structures

Scopul lucrării actuale este acela de a aduce în prim-plan cuvinte și structuri lexicale cu etimologie diferită, în special, engleză, și de a observa modul în care acestea influențează lexicul limbii române, ținând cont, însă, și de nivelurile lingvistice ale limbii române, aflate în abordare: nivelul fonetic-fonologic, cel morfologic, cel semantic și cel stilistic. Este cunoscut faptul că unități și structuri lexicale pătrund în lexicul limbii române (și, în anumite circumstanțe, îl părăsesc), ce este un domeniu aflat într-o permanentă schimbare și dinamicitate lexică. Astfel, lexemele frecvent folosite în comunicare, ce au etimologii diferite, și care sunt împrumutate din limbile franceză, engleză, germană sau din alte limbi, de asemenea, intră în lexicul limbii române, influențându-l în așa-numitul compartiment, pe care cercetătorii îl numesc „vocabularul activ” al limbii române. Cuvintele și structurile lexicale împrumutate și care nu sunt folosite constant în procesul comunicării pătrund în „vocabularul pasiv” al limbii române, sedimentându-se, până în momentul în care vorbitorul este nevoit să le utilizeze în comunicare și atunci, acestea sunt reactivate din punct de vedere lingvistic.

Putem identifica foarte multe cuvinte și structuri lexicale, ce au etimologie engleză și nu numai, în domeniul economic. Astfel, răsfoind una din multele reviste, ce au caracter financiar¹, am constatat că, numai de pe o pagină, pot fi identificate cel puțin zece cuvinte, ce au etimologie engleză. Și, pentru că vorbim despre domeniul economic, punem în discuție unități lexicale de genul: *manager(i)*, *management*, *mix(ul)*, *back-office*, *top-management*, *retail*, *Head of Human Resources*, *Light Rail*, constructori de *top*, *Southern Sun Wine Group*, *test-drive*, *personal shoppers* etc.

Cu siguranță, că nefiind în domeniul economic, mulți dintre cei care întâlnesc termenul *retail* se întreabă ce înseamnă acesta ?

În *Dicționarul actualizat de neologisme (DAN)*, de Florin Marcu [2013], lexemul *retail* are următoarea semnificație : „s. n. vânzare cu amănuntul ; comerț în detaliu” (< engl. *retail*). De aici, se formează și familia lexicală derivată a cuvântului *retail*, și anume : *retailer* „s. m. negustor cu amănuntul, cu bucata” (< engl. *retailer*), (*a*) *retaliá* – „vb. tr. a croi din nou, a modela (< fr. *retailer*)” cf. *DAN* (2013), s.v. *retail*.

Retailul sau *vânzarea cu amănuntul* reprezintă acea activitate comercială ce presupune vânzarea unui produs în mod direct către consumatorul final. Din punctul de vedere al activităților comerciale, opusul activității de *retail* (vânzare cu amănuntul) este cea

¹ Să se vadă revista „Target” („Trăiește business”), aprilie 2007.

de vânzare *en-gross* (cu ridicată sau angro). În anumite contexte, lexemul *retail* poate apărea atât ca unitate morfologică subordonată unui element regent, cât și ca element regent căruia i se subordonează o altă unitate morfologică:

d.e. „...cerințele consumatorilor din industria de *retail*...” (raport de subordonare);

și : **d.e.** „*Retail(erii)* de lux au adăugat rețetei succesului lor mici artificii menite să facă orice client să se simtă VIP”² (*retailer* – element regent).

Un alt lexem, ce are etimologie engleză și este frecvent folosit în domeniul economic, este *mix*:

d.e. „Rupert Dollinger consideră că soluția necesară pentru transferul eficient de cunoștințe este *mixul* între echipa locală și cea străină pe o perioadă de cel puțin trei ani”³.

Lexemul *mix* este inserat în **DAN** [2013], are etimologie unică și, în anumite circumstanțe, vorbitorul face derogare de la norma semantică, utilizându-l incorect în cuvinte precum: *mixt*, *mixer* ce, din punct de vedere semantic, au cu totul o altă semnificație. Astfel, în **DAN**, lexemul *mix* are următoarele explicații:

- *mix* – „elem. amestec, mixt” (< fr. *mix/o/-*, cf. gr. *mixis*);
- *mix* – „s. n. amestec” (< engl. *mix*);
- *mixá* – *vb. intr.* „a amesteca”; ▪ „a executa un mixaj”; (< fr. *mixer*).

Dicționarul de anglicisme europene, de Manfred Gorchach evidențiază faptul că lexemul *mix* a pătruns în lexicul românesc pe la jumătatea secolului al XX-lea și că, din familia lexicală a acestuia, fac parte cuvintele: *mixat* (adjectiv), verbul de conjugarea I: (*a*) *mixa* și infinitivul lung: *mixare*. În calitate de explicații, **DEA** oferă următoarele:

- *mix* – 1. „a combina două sau mai multe substanțe”; 2. „a pregăti un cocteil etc.”; 3. „a combina/a mixa două sau mai multe semnale sonore într-unul singur”; 4. „a înregistra coloana sonoră a unui film prin amestecarea mai multor melodii”; 5. „a face sau a repara un lucru, utilizând diverse mijloace” etc.

O structură lexicală, ce este destul de frecvent folosită atât în domeniul economic, cât și în cel al modei, este *must-have*. Aceasta nu figurează nici în **DAN** și nici în **DEA**. **OALD**⁴ explică structura de origine engleză în calitate de necesitate (în anumite situații) a exercitării unei activități, iar, în alte circumstanțe, necesitatea devine obligativitate:

d.e. „Într-un secol în care fidelizarea clienților e un *must-have* pentru a supraviețui pe piață, ofertanții de produse de lux ca Henri Bendel din New York sau Harvey Nichols din Londra au apelat la personal shoppers și livrări la domiciliu pentru a duce la împlinire chiar și dorințele celui mai capricios client”⁵.

Lexemul *must-have* este un xenism și s-a adaptat fonetic, s-a încadrat morfologic și a fost asimilat semantic normelor limbii române.

Un alt lexem întâlnit frecvent chiar în lumea fashionului este *jeanși*, contextualizat în exemplul:

d.e. „Istoria *jeanșilor* a început în timpul goanei după aur din California când un tânăr imigrant în San Francisco a realizat că avea nevoie de niște pantaloni dintr-un material foarte rezistent pe care să îi poată folosi când lucra la construcția magazinului său. Numele tânărului este Levi Strauss...”⁶

În **DAN**, lexemul *bluejeans/blugi/blugins* este definit în calitate de substantiv masculin, ce este defectiv de singular și care are următoarele semnificații:

² „Target”, aprilie 2007, p. 18.

³ „Target”, aprilie 2007, p. 10.

⁴ S. A. Hornby, *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English (OALD)*, Sixth Edition, Oxford University Press, United Kingdom, 2000.

⁵ „Target”, aprilie 2007, p. 18.

⁶ „Target”, aprilie 2007, p. 20.

▪ „pantaloni dintr-un material special, foarte rezistent, cu buzunar(e) la spate, pe care sunt atașate embleme sau fraze ad-hoc, un element de modă tinerească; jeans” (< engl. *blue-jeans*), cf. DAN, s.v.

În cazul acestui substantiv comun, evidențiem fenomenul dublării pluralului, și anume punem în discuție prezența desinenței [i] în limba română (*jeans[i]*) ce, tautologic vorbind, este dublată de morfemul [s] în limba engleză în calitate de marcă a pluralului substantivului: *jean[s]*.

O structură lexicală, ce are origine englezească, este **O.K./OK** /ochei/: „adj. inv., adv. De acord (foarte bine)!” (< engl. *OK*, abr. din *all correct*).

Actualmente, această structură lexicală abreviată a devenit familiară în limba română, în procesul comunicării. Astfel, de cele mai multe ori, în comunicare, identificăm, în calitate de răspuns afirmativ, englezescul: **OK**, fie în locul unui adverb afirmativ de genul „da”, unei expresii verbale impersonale afirmative de felul: „este bine” sau unei locuțiuni adverbiale impersonale afirmative: „este în regulă (având echivalentul semantic: „este bine”)

d.e. „Dar o altă persoană speră că va fi **OK** altundeva”⁷.

Sunt și contexte, în care, alături de structura lexicală de origine engleză **OK**, observăm și expresia verbală impersonală de felul: „este bine”:

d.e. „Estebine, o să fie **OK**”⁸.

În literatura de specialitate, cercetătorii au scris despre aceste lexeme și, respectiv, structuri lexicale de origine engleză, ce sunt clasificate în anglicisme de lux și, de asemenea, în anglicisme necesare. Din categoria anglicismelor de lux, consemnăm și structura lexicală **OK** (< engl. *all right*) ce, cu siguranță, este inutil folosită în limba română, cu atât mai mult cu cât, în română, chiar avem un înlocuitor semantic, și anume: adverbul afirmativ: „da”.

Din categoria anglicismelor de lux, ce sunt necesare în comunicare, fiindcă nu există în română, un înlocuitor propriu-zis, menționăm structurile lexicale de origine engleză: *knockout*, (*a*) *knockouta* (în calitate de verb de conjugarea I), *knockdown* etc.

În DAN, *knockout* /nócaut; abr. *k.o./* este definit în calitate de: substantiv neutru „ce implică scoaterea din luptă, la box, a adversarului, declarat învins dacă, doborât la podea, nu poate relua lupta în decurs de zece secunde” (< fr., engl. *knock-out*), s.v., iar verbul (*a*) *knockouta* este un verb tranzitiv ce are drept semnificație: „a face knockout”. *Knockdown* /nócdau; abr. *k.d./* este un substantiv neutru, ce definește o situație în care boxerul trântit la podea se ridică înainte ca arbitrul să numere până la zece”. (< fr., engl. *knock-down*), cf. DAN, s.v.

d.e. „Mingea de box *knockout* de tip slip and miss este produsul ce îți va dezvolta puterea de concentrare din timpul meciului și îți va perfecționa precizia loviturilor”⁹.

d.e. „La începutul anilor 70, Oyama a lansat un nou gen de competiție numit ”*Knock-Down*”. El permite tehnici aplicate cu toată puterea (full contact) asupra corpului. Acest sistem de competiție a fost adoptat de mai toate stilurile de karate în sistem full contact (Ashihara, Seido, Enshin, Shidokan, WOK și toate celelalte sisteme de karate full contact). Sistemul Knock-Down se găsește și în Kempo. Oyama a afirmat ca acesta (*knock-down*) era singurul test adevărat al capacității de luptă a unui karateka”¹⁰.

Se observă faptul că termenii *knockdown*, *knockout* și verbul (*a*) *knockouta* sunt specializați domeniului sportiv, iar structuri lexicale echivalente acestora în limba română nu există. Prin urmare, termenii menționați mai sus sunt asimilați din limba engleză, în limba

⁷<http://context.reverso.net/traducere/romana-engleza/ok> (luni, 25 iunie 2018, ora: 12.59).

⁸<http://context.reverso.net/traducere/romana-engleza/ok> (luni, 25 iunie 2018, ora: 13.10).

⁹<https://www.knock-out.ro/minge-box-knockout.html> (luni, ora: 14.48).

¹⁰https://ro.wikipedia.org/wiki/Knock-Down_Karate (luni, ora: 14.54).

română în aceeași structură fonetico-grafică, fiind considerați peregrinisme sau structuri lexicale aloglote.

Procesul adaptării fonetice, încadrării morfologice și al asimilării semantice în cazul tuturor acestor lexeme și structuri lexicale, ce au etimon englez, este unul aflat într-o permanentă desfășurare și evoluție lexematică. Deși procesul anglicizării a început înainte de anii '90, acesta

s-a remarcat în mod vizibil, după anii '90 și, actualmente, se află într-o continuă desfășurare. Unele structuri lexicale și lexeme din rândul celor discutate de genul: *must-have*, *knockout*, *knockdown*, (*a*) *knockouta*, *retail*, *O.K.* sunt asimilate în aceeași formă grafico-sonoră, altele, tot din cadrul celor abordate în această lucrare, trec printr-un proces complex al asimilării lexematice în funcție de nivelurile fonetic, morfologic și semantic, unde procesul în sine își urmează cursul. Este cazul unităților lexicale: *blue-jeans/blugi/jeansși/jeans*, *mix*, *back-office*, *top-management*, *personal shoppers* ș.a.m.d..

Fenomenul anglicizării este considerat a fi unul pozitiv prin diversitatea lexemelor și a structurilor lexicale ce intră în vocabularul limbii române. Cuvintele ce pătrund în lexicul limbii române au rolul de a-l dinamiza, de a-l îmbogăți prin sensuri și semnificații noi și de a-i oferi o direcție evolutivă în procesul amplu al neologizării limbii române.

BIBLIOGRAPHY

I. DICȚIONARE:

Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan – Al. Rosetti”, *Dicționarul ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române (DOOM₂)* Ediția a II-a revăzută și adăugită, Editura „Univers Enciclopedic”, București, 2005.

Ciorănescu, Alexandru, *Dicționarul etimologic al limbii române (DER)*, Editura „Saeculum I.O.”, București, 2002.

Görlach, Manfred, *A Dictionary of European Anglicisms (DEA)*, Oxford University Press, 2005, în format electronic.

Hornby, S., A., *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English (OALD)*, Sixth Edition, Oxford University Press, United Kingdom, 2000.

Little, William + et. al., *The Shorter Oxford English Dictionary on Historical Principles (SOEDHP)*, vol. I-II, Oxford University Press, Great Britain, 1973.

Marcu, Florin, *Dicționar actualizat de neologisme (DAN)*, Editura „Saeculum I. O.”, București, 2013.

II. BIBLIOGRAFIE CRITICĂ:

Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan – Al. Rosetti”, *Gramatica limbii române (GALR)*, vol. I-II, Cuvântul/Enunțul, Editura Academiei Române, București, 2005.

Hriban Mihaela, *Limba română. Limba engleză. Privire comparativă*, Editura „Pim”, Iași, 2015.

Hriban, Mihaela, *Abordări lexematice engleze în limba română*, Editura „Pim”, Iași, 2011.

Hristea, Theodor, *Sinteze de limba română*, Editura „Albatros”, București, 1984.

III. SURSE ONLINE:

<http://context.reverso.net/traducere/romana-engleza/ok> (luni, 25 iunie 2018, ora: 12.59).

<http://context.reverso.net/traducere/romana-engleza/ok> (luni, 25 iunie 2018, ora: 13.10).

<https://www.knock-out.ro/minge-box-knockout.html> (luni, ora: 14.48).

https://ro.wikipedia.org/wiki/Knock-Down_Karate (luni, ora: 14.54).

IV. REVISTE:

„Target” („Trăiește business”), aprilie 2007.