

ANGLICISMS IN ROMANIAN SPECIALIZED VOCABULARY OF MANAGEMENT

Simona Redeuş

Lecturer, PhD, "Aurel Vlaicu" University of Arad

Abstract: This paper is intended to present the influence that English has had over the specialized terminology from the field of management. During its evolution, within the Romanian vocabulary related to management the terms of English origin have constantly adapted phonetically and orthographically to Romanian, sometimes existing in language the English term as well as its Romanian equivalent. At the end of the paper we have included a list of terms borrowed from English, their definition, their corresponding Romanian terms and examples of use taken from the Romanian mass-media.

Keywords: Anglicism, borrowing, vocabulary, management, globalization

Transformările nenumărate ale societății în plan economic, istoric, cultural, social și politic determină apariția unor permanente schimbări lingvistice, cu precădere la nivelul vocabularului pentru adaptarea acestuia la realitățile zilelor noastre. Adaptarea nu are loc brusc, de la un an la altul, vocabularul limbii păstrând în paralel o perioadă atât formele vechi cât și cele noi, lucru care face posibilă comunicarea între generații. Datorită faptului că limba engleză este o limbă germanică, nu romanică ca româna, italiana sau spaniola, adaptarea cuvintelor împrumutate din engleză în română ridică unele probleme în procesul de adaptare fonetică, ortografică și morfologică.

Limba engleză a avut o oarecare influență asupra limbii române și înainte și după 1945, urmând apoi anumite restricții impuse de regimul politic comunist până la căderea acestuia în decembrie 1989, 1990 fiind anul în care limba engleză a devenit limba internațională de comunicare.

Sistemul lexical românesc are un caracter deschis, lucru confirmat prin împrumuturile masive din diverse limbi europene: engleză, franceză, italiană, germană, rusă etc, din ultimii zeci de ani. Lingvistul suedez Alf Lombard surprinde acest fapt: „Când româna importă un cuvânt străin, ea păstrează foarte adesea cuvântul anterior care servește pentru a exprima același lucru [...]. Numărul cuvintelor întrebuințate de români nu încetează să crească. Limba lor a devenit o limbă mai mult decât bogată. Importul aproape nelimitat de cuvinte noi, cadrul uimitor de extensibil al vocabularului, felul în care cuvintele trăiesc împreună în interiorul acestui cadru, concurența dintre cuvintele care aparțin straturilor diferite, diferențierea semantică sau

geografică a sinonimelor – toate aceste probleme lexicologice constituie un întreg pe care nici o altă limbă nu-l oferă mai bine studiului”¹

Urmărind atent evoluția grafică a împrumuturilor făcute în limba română din engleză, putem afirma ca există:

➤ cuvinte care își păstrează structura grafică străină; pentru moment le putem clasa în categoria cuvintelor străine: manager, management, just in time, engineering, know how, etc.

➤ sintagme obținute prin semicalchiere: rom. manager zonal < engl. area manager, rom plan de afaceri < engl. business plan;

➤ sintagme calchiate: rom planificarea forței de muncă < engl. manpower planning; rom preț de vânzare < engl. selling cost

Pe lângă aspectul grafic al împrumuturilor, trebuie să avem în vedere și sensurile lor căci la urma urmei pentru ele s-a realizat împrumutul. Necunoașterea lor duce la greșeli și adesea se aud pleonasme ca: bord de conducere, mijloace (de) mass-media/ mijloace media, conducere manageriala, publicitate de reclamă / reclamă publicitară, hit de success, summit la vârf, etc.²

Uneori întâlnim și situația în care sensurile noi sunt explicabile prin categoria falșilor prieteni (false friends) cum ar fi: *rezoluție*: fermitate, *suport*: sprijin, susținere, *oportunitate*: posibilitate, șansa, *audiență*: public, etc. Atunci când se traduc texte englezești considerăm că se pot trece între ghilimele explicațiile de acest fel pentru a evita interpretarea eronată a textului. Descrierea semantică a anglicismelor preluate de română trebuie să reflecte situațiile existente în această limbă și nu pe cele sunt în engleză. Spre exemplu, în limba română *lobby* nu înseamnă *încăperea a unor instituții*, ci numai *acțiune sau / și un grup de persoane care influențează, din afară, hotărârile unui parlament; grup de presiune (DEX)*.

În cazul traducerii unui text din limba engleză în limba română pot apărea următoarele probleme de traducere:

• calcuri gramaticale de tipul: *a consimți ceva* în loc de *a consimți la ceva* engl. to consent in something, *a fi interesat în ceva* în loc de *a fi interesat de ceva* engl. to be interested in something;

• substantivizarea unor adjective: consumabile, executiv, oficial.

Exemplele alese sunt în marea lor majoritate calcuri și semi calcuri pătrunse în cele două limbi țintă prin intermediul francezei și sunt specifice managementului. O parte dintre ele sunt deja integrate în limbă, nu mai pot fi considerate cuvinte străine, ceea ce este nou este modul lor de a se combina în cadrul sintagmelor românești pentru a acoperi sfera semantică a construcțiilor englezești:

Limba engleză	Limba română
area manager	manager zonal

¹ Citat după: T. Hristea, *Sinteze de limba română*, București, 1981, p. 25

² Mioara Avram, *Anglicisme în Limba Română Actuală*, E.A.R. Buc. 1997, p.18

Iulian Boldea, Dumitru-Mircea Buda, Cornel Sigmirean (Editors)
 MEDIATING GLOBALIZATION: Identities in Dialogue
 Arhipelag XXI Press, 2018

annual report	raport anual
general partner	partener general
audio conference	conferință audio
manpower planning	planificarea forței de muncă
mission statement	expunera scopurilor
board meeting	ședința comisiei
managing director	<i>director general</i>
corporate planning	<i>planul corporației</i>

Făcând o analiză a acestor cuvinte se constată originea lor romanică și se observă folosirea ordinii cuvintelor din limba română, determinantul urmând substantivul de bază al sintagmei spre deosebire de limba engleză unde determinantul se plasează înainte. În continuare vom analiza câteva cuvinte din limba română preluate din limba engleză și folosite în domeniul managementului, pornind de la descrierea semantică din dicționarele de specialitate din ambele limbi:

Termen în limba engleză	Termen correspondent în limba română	Descriere semantică conform "Oxford Dictionary of Business English for Learners of English"	Evoluția termenului
Annual general meeting	adunare generală anuală (AGA)	1. adunarea membrilor, acționarilor și directorilor companiei, ținută o dată pe an, când sunt prezentate situația contabilă, dividendele; 2. adunarea membrilor ținută o dată pe an de către oricare organizație pentru a discuta și planifica activitățile.	în eng. <i>annual</i> < fr. veche <i>annuel</i> < lat. <i>annualis</i> ; <i>general</i> < fr. veche <i>général</i> < lat. <i>generalis</i> ; <i>meeting</i> < engl. veche <i>metan</i> ; în rom. <i>adunare</i> < lat. <i>adunare</i> ; <i>general</i> < fr. <i>général</i> < lat. <i>generalis</i>
Board	conducere, departament, consiliu, comitet, comisie	un grup de directori care sunt răspunzători de felul în care funcționează o companie din punct de vedere legal, aceștia sunt aleși de către acționari	în eng. <i>board</i> < engl. veche <i>bord</i> ; în rom. <i>conducere</i> < lat. <i>conducere</i>

Iulian Boldea, Dumitru-Mircea Buda, Cornel Sigmirean (Editors)
 MEDIATING GLOBALIZATION: Identities in Dialogue
 Arhipelag XXI Press, 2018

<i>Business card</i>	carte de vizită	carțe de vizită care prezintă numele persoanei, poziția în companie, adresa companiei, carte ce poate fi înmănată partenerilor de afacerii	în eng. <i>business card</i> < engl.veche <i>bysignis</i> < fr. <i>carte</i> < ital. <i>carta</i> < lat. <i>charta</i> ; în rom <i>carte</i> < fr. <i>carte</i> ; <i>vizită</i> < fr. <i>visite</i>
<i>Corporate image</i>	Imaginea corporației	imagine pe care încearcă să o creeze asupra publicului, o companie, prin reclamă și publicitate	în eng. <i>corporate image</i> < fr. veche < lat. <i>imago</i> ; în rom. <i>imagine</i> < fr <i>image</i> < lat. <i>imagio</i> , <i>-inis</i>
Department manager	<i>manager departamental</i>	<i>șef de serviciu</i>	în eng. <i>department</i> < fr. veche <i>départir</i> ; în rom. <i>departamental</i> < fr. <i>départamental</i>
Fund management	management al fondului	investiție organizată a banilor asigurați de către indivizi sau companii și acțiunea lor	în eng. <i>fund management</i> <i>fund</i> < lat. <i>fundus</i> ; rom. <i>fond</i> < fr. <i>fond</i> .
General partner	<i>partener general</i>	<i>partener general</i>	în eng. <i>general partner</i> , în rom. <i>partener</i> < fr. <i>partenaire</i>
Management consultant	<i>consultant de management</i>	<i>consultant de management</i>	în eng. <i>management consultant</i> , în rom. <i>consultant</i> <fr. <i>consultant</i>
Seed capital	capital pentru investiții	bani necesari pentru cercetare și dezvoltare înainte ca să se constituie <i>firma</i>	în eng. <i>seed capital</i> <i>capital</i> fr. < lat <i>capitalis</i> < <i>caput</i> , în rom <i>capital</i> <fr., <i>capital</i> , iar <i>seed</i> <ngl. veche <i>soed</i>
Trade association	asociație comercială	o organizație a producătorilor sau a vânzătorilor de aceleași produse care dă sfaturi, informații și servicii membrilor ei	în eng. <i>trade association</i> <i>trade</i> <ger. med. asemenea lui <i>tread</i> <engl. veche <i>tredan</i> <i>amprentă</i> , <i>cicatrice</i> , <i>imprimare</i> ', în rom. <i>comercial</i> <fr. <i>commercial</i> <lat. <i>commercialis</i> ; <i>asociație</i> <fr.

			<i>association</i>
Video	conferință video	o conferință cu persoane care nu pot fi prezente în aceeași sală în același timp, se folosește un echipament video	în engl. <i>video conference</i> lat. <i>video</i> , <i>videre</i> ; fr. <i>med. conference</i> lat. <i>med. conferentia</i> rom. <i>conferre</i> ; fr. <i>conferință</i> lat. <i>conference</i> fr. <i>conferentia</i> <i>video</i> <fr. <i>video</i> , <engl. <i>video</i>

Concluzii

Concluzia este că termenii nou intrați în limba română, inclusiv cei proveniți din limba engleză, suferă un proces continuu de adaptare din punct de vedere fonetic, ortografic și semantic. Procesul adoptării și adaptării anglicismelor trebuie privit în toată complexitatea lui. Pe de-o parte, nu trebuie să existe o atitudine de respingere a influenței engleze, nu trebuie să existe o opoziția față de anglicisme. Termeni precum *annual general meeting*, *board*, *businesscard*, *corporate image*, *department manager*, *fund management*, *general partner*, *management consultant*, *seed capital*, *trade association*, *video conference* trebuie adoptați într-o astfel de manieră încât să corespundă unei tendințe firești de modernizare și internaționalizare a vocabularului limbii române. Pe de altă parte, acceptarea de noi cuvinte, asimilarea și includerea lor în dicționare trebuie totuși făcută cu mult discernământ.

O parte dintre anglicisme au pătruns în limba română pentru că ele reprezintă realități necunoscute nouă pentru care noi nu am găsit un echivalent. O altă parte sunt utilizate de către snobi, împrumuturile nefiind necesare pentru că româna are corespondente pentru ele. Există însă și o categorie de anglicisme care sunt utilizate în română de vorbitori bilingvi; aceștia din comoditate nu caută cuvântul necesar exprimării ideii enunțate și recurg la forma străină.

BIBLIOGRAPHY

- Athu, Cristina. *Influența limbii engleze asupra limbii române actuale (în limbajul economic și de afaceri)*, Editura Universitară, București, 2011.
- Avram, Mioara, *Anglicisme în limba română actuală*, Editura Academiei Române, București, 1997.
- Ciobanu, Georgeta, *Anglicisme în limba română*, Editura Amphora, Timișoara, 1996.
- Collins, Peter, *Dictionary of Business*, Second Edition, Peter Collins Publishing House, 1994.
- Dimitrescu, Florica, *Dinamica lexicului românesc -ieri și azi*, Editura Clusium, București, 1995.
- Sala, Marius, *Limbi în contact*. Ed. Științifică și Enciclopedică, București, 1977.
- Tuck, Allene, *Oxford Dictionary of Business English for Learners of English*, Oxford University Press, 1993.