

ROMGLEZA – O TEMĂ CONTROVERSATĂ

Limba, o structură abstractă și complexă, evoluează gradual, fiind influențată de o multitudine de factori. Transformările neîncetate pe care le suferă limba română (fenomenul de dinamică a limbii) întrețin curiozitatea lingviștilor și conduc la demersul acestora de a o analiza lexical, gramatical și fonetic. Făcând o specială referire la anglicismele din limba română, Constantin Manea afirmă că

„[...] interesul pe care româna îl stârnește ca obiect de cercetare lingvistică provine, nu în ultimul rând, din bogăția, suplețea și eterogenitatea vocabularului său, adeseori remarcată și subliniată. Referitor la deschiderea limbii române către îmbogățirea lexicală și, în general, la capacitatea ei de absorbție a elementelor străine, s-a spus că e o «limbă ospitalieră» și s-a făcut chiar afirmația că ar fi o «limbă omnivoră». Așadar, fără a fi foarte importantă ca mijloc de comunicare, limba română prezintă un interes științific deosebit prin structura sa, dar mai ales pentru eterogenitatea și bogăția vocabularului său” (Manea 2004, p. 7).

Influența engleză asupra limbii române are o vechime de peste un secol și jumătate, timp în care s-a exercitat, la început, mai puțin direct și mai mult prin intermediul altor limbi – în special franceza. Pentru secolul trecut, chiar dacă nu cercetăm presa și alte documente de epocă, avem mărturia operelor literare ale lui C. Negruzzi, ale lui Ion Ghica și, ceva mai târziu, ale lui I. L. Caragiale, cu renumitele sale *High life* și *Five o'clock*. Influența engleză s-a dezvoltat mult după al doilea război mondial, oricâte frâne i s-au pus în regimul totalitar (Avram 1997, p. 7–8).

Apariția anglicismelor în limba română a fost determinată de necesitatea de a desemna realitățile extralingvistice noi. Spre exemplu, termeni precum *software*, *hardware*, *mouse*, *chat*, *e-mail*, *computer* au pătruns în sfera lingvistică românească datorită faptului că, în domeniul informaticii, nu s-a realizat traducerea lor. Domeniul precum sportul și economia au impus, de asemenea, folosirea unor termeni preluați din limba engleză și adaptați: *fotbal*, *baschet*, *ski*, *fitness*, *tenis*, *marketing*, *supermarket*, *management* etc. Se poate vorbi despre conturarea unui fond de cunoștințe comun, care cuprinde toate cuvintele preluate din limba engleză și care desemnează realități lingvistice din diverse domenii de activitate.

Fiecare epocă a avut neologismele sale, de la slavonisme, grecisme, turcisme (în perioada fanariotă), până la influențe ungurești (în perioada stăpânirii austro-ungare, în special) și franțuzisme (în perioada interbelică). Vorbim însă, de aproape trei decenii, despre un fenomen internațional de afirmare a anglicismelor și a americanismelor, care a cuprins evident și țara noastră, tabloidele, presa sportivă, economică, politică, culturală grăbindu-se să preia elementele lexicale respective, pentru a fi generat ulterior un „trend” intens dezbătut, ce va duce la clasificări de specialitate, în funcție de scopul utilizării, cantitatea informației pe care o aduc, forma lor, și la adaptări fonetice și grafice (Mureșan 2008, p. 45–46).

În lingvistică, ideea de globalizare a apărut ca o urmare directă a situației din economie, deci ea ilustrează o anumită fațetă a relației dintre dinamica societății și necesitățile comunicării. În consecință, după părerea noastră, conceptul de globalizare lingvistică trebuie înțeles ca o acceptare deliberată a unui mijloc de comunicare comun/unic în relațiile economice internaționale. Acest mijloc de comunicare necesar în procesul de mondializare al economiei contemporane are o serie de caracteristici impuse de tipul special de comunicare în care este utilizat (Pană Dindelegan 2003, p. 323–324).

Anglicizarea se prezintă ca o tendință a limbilor actuale de a lăsa să pătrundă, mai ales în domeniul vocabularului, influența engleză, aceasta manifestându-se, deci, ca element de superstrat. Fenomenul este cu atât mai interesant, cu cât are loc între limbi neînrudite genealogic; prin faptul că acesta cuprinde astăzi un număr tot mai mare de limbi, el are tendința de internaționalizare, relevând o nouă dimensiune a contactului între limbi (Pană Dindelegan 2003, p. 333).

Presa reprezintă nu numai „a patra putere într-un stat”, ci este și unul dintre principalele mijloace de educație. Mass-media completează informațiile primite în școală și le întregeste multitudinea și diversitatea, oferindu-le publicului larg.

Toate mijloacele de comunicare în masă (presă scrisă, on-line, radio, TV) au o foarte mare influență asupra publicului, de fapt asupra întregii societăți. Astfel, mass-media stabilește ordinea difuzării tuturor subiectelor importante ce se petrec în cadrul unei zile și decide la ce se va gândi o întreagă societate. Firește, nu toate evenimentele au același grad de însemnătate pentru toți oamenii, însă cert e că mass-media influențează ordinea de idei la care se va gândi o lume întreagă.

Se știe că, înainte de revoluția din 1989, mai ales în timpul regimului comunist condus de Nicolae Ceaușescu (dar și pe timpul lui Gheorghe Gheorghiu-Dej), se folosea intens limba de lemn, pe care Nicolae Manolescu o definea ca fiind

„[...] un mod de exprimare codificat, sibilinic și, la rigoare, osificat, a cărui particularitate este minima transparență. În limba de lemn nu se vorbește deschis, liber, ci pe ocolite și învăluitor” (*apud* Rad 1999, p. 86).

Așadar, „făurirea limbii de lemn s-a constituit mai ales în regimurile totalitare” (*ibidem*).

După 1990, lexicul românesc s-a confruntat cu o „avalanșă de anglicisme care au invadat limba și care continuă să crească într-un ritm accelerat” (cf. Dimitrescu 1997). Presa, un important factor în modernizarea limbii, oglindește din plin acest fenomen. Revistele adresate tinerilor sunt saturate de articole presărate cu anglicisme, iar adolescenții, din dorința de a epata, împrumută acest limbaj. Această invazie a anglicismelor poate fi observată nu numai în *limbajul curent al tinerilor*, ci și în articolele care vizează *informatica* sau *afacerile*. De asemenea, întâlnim acest fenomen în *domeniul muzical* (unde 65% din termenii selectați nu sunt atestați în lucrările lexicografice recent publicate: *boyband*, *chart*, *cover*, *girl-power*, *homestudio*, *new-wave*, *songwriter*), în *domeniul sportiv*, în cel *tehnic și economic*,

dar mai ales în cel al *vieții mondene*, unde rubricile de *Fashion, Beauty, Life & Home* (prezente în reviste) pot fi întâlnite la tot pasul.

Subiectul invaziei de anglicisme din limba română este unul controversat în rândul lingviștilor, atât pentru că este de actualitate (împrumuturile englezești fiind în număr tot mai mare), cât și pentru că reprezintă un aspect al culturii noastre.

Conform DEX, *anglicismul* este o

„[...] expresie specifică a limbii engleze; cuvânt de origine engleză împrumutat, fără necesitate, de o altă limbă și neintegrat în aceasta”.

Conform unui înțeles larg acceptat, Adriana Stoichițoiu-Ichim (2008) definește anglicismele ca fiind

„[...] împrumuturi din engleza britanică și americană aflate în curs de adaptare la sistemul limbii române”.

Această particularitate le deosebește atât de împrumuturile complet asimilate, cât și de cele care și-au păstrat integral caracterul străin – așa-numitele *xenisme* sau *străinisme* (Stoichițoiu-Ichim 2006, p. 29).

În bibliografia cu referire la *anglicisme*, acestea sunt numite și *englezisme*. De asemenea, se încearcă a se face o distincție între anglicisme și americanisme sau, din contră, a se da o definiție care să le cuprindă pe amândouă. Astfel, o primă definiție dată de Mioara Avram este:

„[...] *anglicism* sau *englezism*: o unitate lingvistică (nu numai cuvânt, ci și formant, expresie frazeologică, sens sau construcție gramaticală) și chiar tip de pronunțare sau/și de scriere (inclusiv de punctuație) de origine engleză, indiferent de varietatea teritorială a englezei, deci inclusiv din engleza americană, nu doar din cea britanică. Deși termenul pare să aibă o conotație negativă (ca specie de *străinism* sau *xenism*, cum se mai spune; termenul *barbarism*, folosit de unii, mi se pare inacceptabil), nu-l restrâng nicidecum la împrumuturile neadaptate sau/și inutile (ca în DEX), dar nici nu-l extind la termeni ca *biomedicină* și *ecosistem*, *etnolingvistică* și *sociolingvistică* sau *extragalactic*, cum fac unele lucrări” (Avram 1997, p. 11).

În concluzie, conotația conceptului de *anglicism* merge dincolo de explicația din DEX, făcându-se referire la o noțiune care înglobează atât împrumuturile neadaptate, cât și pe cele adaptate, atât englezismele cât și americanismele, cu precizarea că acest termen are conotație negativă.

Definiția Adrianei Stoichițoiu-Ichim se diferențiază de cea a Mioarei Avram, deoarece, conform unei înțelegeri largi, anglicismele reprezintă cuvinte preluate din limba engleză britanică și americană, aflate în curs de „românizare”, deci de adaptare la sistemul limbii române și tocmai această particularitate le deosebește de împrumuturile complet asimilate (realizate deja) și de cele care și-au păstrat integral caracterul străin (Stoichițoiu-Ichim 2006, p. 29). În timp ce, în prima definiție, atât cuvintele de etimologie engleză adaptate, cât și cele neadaptate sunt cuprinse în accepțiunea termenului, în cea de-a doua se trasează clar diferența dintre împrumuturile asimilate și cele care și-au păstrat caracterul străin. Numitorul comun al

celor două păreri este că nu se face o distincție între americanisme și englezisme, ambele intrând în categoria anglicismelor.

O definiție asemănătoare a anglicismelor ne oferă și DN³:

„[...] expresie proprie limbii engleze, cuvânt de origine engleză, împrumutat de o altă limbă, încă neintegrat în aceasta” (DN³, p. 68).

Constantin Manea propune câteva definiții corespunzătoare termenilor înrudiți cu *anglicism*:

„*Franțuzism* – s.n., neologism de origine franceză, neintegrat în limba din care a fost împrumutat”.

„*Germanism* – 1. s.n., cuvânt, expresie proprie limbii germane, cuvânt de origine germană pătruns într-o altă limbă și neintegrat de aceasta; 2. germanitate”.

„*Hispanism* – s.n., cuvânt, expresie proprie limbii spaniole, pătrunsă într-o altă limbă și neintegrat în aceasta”.

„*Italianism* – 1. s.n., cuvânt, expresie, element de jargon de origine italiană; 2. curent lingvistic inițiat de I. Heliade Rădulescu, care urmărea apropierea, prin mijloace artificiale, a limbii române de limba italiană; 3. habitudine, caracter italian” (Manea, p. 47).

Calificarea de *anglicism* este rezervată cuvintelor care păstrează aspectul străin în grafie, pronunțare sau flexiune: *hit, top, gag, fan, sexy, card, stres, congressmen* nu sunt anglicisme; din această categorie fac parte însă *cocktail* (formă „reanglicizată” recent a termenului asimilat *coctail* – cf. MDN, p. 189), *bodyguard* (fără varianta *bodigard*), *weekend, windsurfing, bluejeans* (dar nu *blugi*), *talk-show, homeless* etc. Conform DOOM², termenii *hold up* și *manager* nu sunt considerați anglicisme. În schimb, *management, casting, market, marketing, fitness* și *miss*, deși nu pun probleme de pronunție, sunt marcate ca anglicisme, ca și semicalcul de structură *cyberspațiu*. Realitatea lingvistică actuală nu permite, în opinia Adrianei Stoichițoiu-Ichim, o delimitare precisă între *anglicisme/americanisme* (cuvinte în curs de asimilare) și *xenisme* (cuvinte neadaptate, numite și *barbarisme*), *cuvinte aloglote* sau *străinisme*, ori, pur și simplu, *cuvinte străine* (Stoichițoiu-Ichim 2008, p. 83). Barbarismul e „turcism”, „slavonism”, „germanism”, „franțuzism” (Pușcariu 1976, p. 372).

În *Aspecte ale influenței engleze în româna actuală*, Adriana Stoichițoiu-Ichim utilizează termenul *romgleză*, cuvânt care, dincolo de conotațiile sale peiorativ-ironice, este recent apărut, prin calchiera binecunoscutului *franglais*. Acesta din urmă a fost impus pentru a desemna idiomul hibrid rezultat din „împeștrirea” limbii franceze cu termeni, frazeologisme și construcții gramaticale anglo-americane. *Anglomania* este prezentată ca o epidemie periculoasă, care a contaminat toate palierele limbii franceze (Stoichițoiu-Ichim 2006, p. 9).

Revenind la termenul *romgleză*, aceeași autoare îl traduce prin îngrijorarea unor cercuri intelectuale românești față de invazia de anglicisme și americanisme care

pun în pericol identitatea limbii naționale și, implicit, a culturii pe care aceasta o exprimă.

Presa ultimului deceniu consemnează reacții asemănătoare ale publicului cititor, dar și ale unor publiciști care trag un semnal de alarmă asupra „valului anglofon” apărut imediat după 1990. Manifestare ostentativă a snobismului lingvistic, anglomania creează impresia că, „toată lumea amestecă româna cu engleza, într-un elan nestăvilat”, iar domeniile afectate devin din ce în ce mai numeroase. În acest sens, Adriana Stoichițoiu-Ichim declara:

„Toată țopimea face alergie la cuvintele din DEX, tocindu-le pe cele din ghidul de conversație român-englez. Nu doar în mediul artistic se petrec asemenea deraieri căznit shakespeariene. Termenii din mediul afacerilor (pardon, din zona *business*), cei din industria publicitară (mă refer, desigur, la aria *creative*, la *copywriting* și alte specialități asemenea) sunt tot atâtea tribune aduse uneia și aceleiași limbi [...]. Din jur, de peste tot îți ajunge la urechi zumzet englezit. *Shooting*-uri de *fashion*, *meeting*-uri și *happening*-uri, astfel de repere a căpătat programul nostru zilnic” („Gândul”, 8 martie 2006, p. 7).

Atitudinea oamenilor de cultură din România față de avalanșa de anglicisme întâlnite în toate registrele stilistice ale limbii (limbaje specializate, limbă literară standard, limbaj colocvial/familiar, argoul adolescenților sau așa-numita „teen-speak”) oscilează între indignarea produsă de manifestările de anglomanie (scriitori și oameni din presă) și relativa toleranță exprimată de lingviști de prestigiu (Mioara Avram, Th. Hristea, Rodica Zafiu), preocupați preponderent de normarea uzului și mai puțin de aspectele sociolingvistice și socioculturale ale „romglezei”. O posibilă explicație a acestei atitudini a majorității lingviștilor este oferită de Mioara Avram care, referindu-se la o posibilă pierdere a identității de limbă prin anglicizare, preciza:

„Influența engleză este un fenomen internațional care nu are nimic negativ în sine și nu e mai periculoasă pentru limba română decât alte influențe din trecut și de azi (se știe doar că marea ospitalitate a limbii noastre este dublată de o capacitate, la fel de mare, de asimilare și de selecție în timp); în această privință se pune mai mult problema folosirii corecte și a echilibrului, care implică rezolvarea înțeleaptă a conflictului dintre generații în atitudinea față de anglicisme” (Avram 1997, p. 9).

Eugeniu Coșeriu susține că, limba fiind o „știință”, ea se învață de la cei care „vorbesc mai bine”, de la cei care *știu* (sau se presupune că ar ști), și nu de la cei care nu știu. Auditorul adoptă ceea ce nu știe, ceea ce îl satisface estetic, îi convine din punct de vedere social sau îi servește funcțional. „Adoptarea” este, în consecință, un act de cultură, de gust și de inteligență practică. Așadar, orice schimbare lingvistică este, la origine, o adaptare. De aceea, limba se adaptează la necesitățile de exprimare ale vorbitorilor și continuă să funcționeze ca limbă în măsura în care se adaptează (Coșeriu 1997, p. 76).

În concluzie, cuvintele împrumutate din engleza britanică și americană au invadat în ultimile decenii limba română atât la nivelul vorbirii, rostirii, cât și la cel al

scrierii. Presa scrisă a cunoscut o pătrundere masivă a acestora, care continuă să crească într-un ritm accelerat.

Invazia de anglicisme reprezintă o trăsătură a limbajului publicistic actual. Esența unei limbi este a se înnoi în fiecare zi, prin împrumuturi din alte limbi și prin schimbări interne.

ABREVIERI BIBLIOGRAFICE. SIGLE. SURSE

DICȚIONARE

DEX = *Dicționarul explicativ al limbii române*, Editura Academiei R.S.R., București, 1975.

DN³ = Florin Marcu, Constant Manea, *Dicționar de neologisme*. Ediția a III-a, Editura Academiei R.S.R., București, 1978.

DOOM² = *Dicționarul ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române*. Ediția a II-a revăzută și adăugită, Editura Univers Enciclopedic, București, 2005.

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

STUDII ȘI ARTICOLE

Avram 1997 = Mioara Avram, *Anglicisme în limba română*, Editura Academiei Române, București, 1997.

Coșeriu 1997 = Eugeniu Coșeriu, *Sincronie, diacronie și istorie*, Editura Enciclopedică, București, 1997.

Dimitrescu 1997 = Florica Dimitrescu, *Dicționar de cuvinte recente*. Ediția a doua, Editura Logos, București, 1997.

Manea 2004 = Constantin Manea, *Structura etimologică a vocabularului neologic (cu specială referire la anglicismele din limba română)*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2004.

Mureșan 2008 = Mihaela Mureșan, *Tendențe lingvistice în presa scrisă contemporană*, în „Jurnalism și comunicare”, III, 2008, nr. 4.

Pană Dindelegan 2003 = Gabriela Pană Dindelegan, *Aspecte ale dinamicii limbii române actuale*, vol. II, Editura Universității din București, București, 2003.

Pană Dindelegan 2004 = Gabriela Pană Dindelegan, *Tradiție și inovație în studiul limbii române*, Editura Universității din București, București, 2004.

Pușcariu 1976 = Sextil Pușcariu, *Limba română*, I. *Privire generală*, Editura Minerva, București, 1976.

Rad 1999 = Ilie Rad, *Stilistică și mass-media*, Editura Excelsior, Cluj-Napoca, 1999.

Stoichițoiu-Ichim 2006 = Adriana Stoichițoiu-Ichim, *Aspecte ale influenței engleze în româna actuală*, Editura Universității din București, București, 2006.

Stoichițoiu-Ichim 2008 = Adriana Stoichițoiu-Ichim, *Vocabularul limbii române actuale*, Editura All, București, 2008.

ROMGLEZA, A CONTROVERSIAL SUBJECT

(Abstract)

The Anglicisms invasion represents a feature of the current press language. But for its disadvantages due to the borrowings from other languages, leading to illiterate ways of expression, the advantages are big enough: the public receiver is attracted by this linguistic fashion, perceiving the press language as being a familiar one, extremely accessible.

The essence of language is to get renewed every day. The borrowings from other languages, the internal changes and their correct use are everything that matters in this case. We can see that the media promotes the language the most, as it is aware of its tendencies and can influence it every day, along with its speakers.

Cuvinte-cheie: *romgleză, anglicisme, uz corect, mass-media.*

Keywords: *romgleză, Anglicisms, correct use, mass-media.*

*Universitatea „Babeş-Bolyai”
Facultatea de Ştiinţe Politice,
Administrative şi ale Comunicării
Departamentul de Jurnalism
Cluj-Napoca, str. Traian Moşoiu, 71
mihaelamrsn@gmail.com*