Globalizare lingvistică şi anglicizare

CRISTINA CĂLĂRAŞU
Facultatea de Litere
Universitatea din Bucureşti

Articolul de faţă îşi propune să ia în discuţie două concepte, relativ, noi, apărute în lingvistica actuală în ultimele decenii ale secolului al XX-lea, respectiv cel de *globalizare,* şi cel referitor la *anglicizare*, concepte care astăzi capătă o relevanţă deosebită în noul context socio-economic pe care îl parcurge societatea, relansând într-o lumină nouă o problema mai veche a domeniului, cea a raportului **limbă-socitate.**

1. <u>Globalizare lingvistică.</u> Termenul de « globalizare » este creat recent la noi, prin procedeul derivării, pornindu-se de la radicalul *glob/global* după o serie de modele străine : fr. *globalisation,* engl. *globalization, germ. Globaliesirung* şi care îl plasează în sfera vocabularului « internaţional » *;* până în momenul de faţă, ultimele dicţionarele româneşti apărute(generale sau de neologisme) nu l-au omologat ; în limba franceză *globalisation* este atestat începând din 1968 în *Dictionnaire Historique de la Langue Française*, numai cu valoarea sa de abstract verbal, utilizarea sa specială în domeniul economic nefiind, probabil, socotită generală în momentul apariţiei lucrării respective (1992)

Termenul a apărut, mai întâi, în domeniul economic, răspândindu-se ulterior rapid şi în alte sfere a le vieţii sociale. Globalizarea, după cum consideră analiştii, este, indiscutabil, un proces generat de dezvoltarea capitalismului, proces, care a luat amploare, mai ales, după destrămarea Uniunii Sovietice ca o alternativă viabilă la desfiinţarea sau redimensionarea vechilor organizaţii economice interstatale. « Globalisation is the rapid increase in cross-border economic, social, technological exchange under conditions of capitalism." (***http://www.globalisationguide.org/01.html***). Astăzi fenomenul are ramificaţii şi efecte în domeniul structurilor vieţii politice, al mediului, al culturii, al limbii etc.

In lingvistică, ideea de globalizare a apărut ca o urmare directă a situaţiei din economie, deci ea ilustrează o anumită faţetă a relaţiei dintre dinamica societăţii şi necesităţile comunicării. In consecinţă, după părerea noastră, conceptul de *globalizare lingvistică* trebuie înţeles ca o *acceptare deliberată a unui mijloc de comunicare comun / unic în relaţiile economice internaţionale.* 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. Limba aleasă pentru comunicare în relaţiile economice, în acest proces de mondializare, trebuie să se limiteze la utilizarea / preluarea numai a anumitor procedee din sfera de registre aparţinând acelei limbi naturale selectate. Vor fi, astfel, preluate numai acele mijloace care răspund exigenţelor unei comunicări *concise, exacte, care nu permite ambiguitatea în decodarea informaţiei.* O limba naturală odată acceptată pentru îndeplinirea acestei funcţii cerută de o situaţie de comunicare determinată, va fi limitată la o anumită « constructă » extrasă din ea, din care vor fi eliminate elementele de *expresivitate.* De exemplu, pe planul sintaxei, vor fi eliminate digresiunile, repetiţiile, divagaţiile, ca procedee stilistice, dar vor fi utilizate elementele lingvistice de bază care vizează alcătuirea frazelor şi propoziţiilor, preferându-se frazele simple în care raporturile sintactice să aibă interpretări unice; o frecvenţă ridicată o vor avea propoziţiile cauzale, finale, condiţionale, consecutive, temporale obligatorii în tipului respectiv de comunicare; se vor utiliza forme morfologice care asigură concizia exprimării, ca utilizarea gerunziilor sau a formelor verbale care reduc propoziţia la o simplă parte de vorbire, uneori

BDD-V3920 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.75 (2026-11-06 13:26:22 UTC)

apropiind-o de structurile nominale. Un lexic specializat, bazat pe monosemantism (selectat din vocabularul economic, dar şi din cel abstract / standard) va constitui elementul cu care se vor construi enunțuri cu ajutorul procedeelor preluate dintr-o morfologie şi o sintaxă esențializată, reunind principalele elemente ale limbii standard.

Această constructă, abstrasă din varietatea unei limbi naturale este o limbă simplificată adaptată strict necesităților tipului de comunicare menționat a cărui caracteristică principală este eliminarea ambiguității în procesul de decodare. Această constructă v-a prezenta un aspect *scris* şi un aspect *oral.* Limba contractelor comerciale, a acordurilor financiare, a ofertei ca şi a cererii, prezentă adesea într-o formă cu caracteristici particulare şi în publicitate, ca variantă scrisă, împreună cu limba utilizată în procesul de negociere directă, ca variantă orală, se supun aceloraşi exigențe generale ale comunicării utilizate în acest spațiu al comunicării. In ceea ce priveşte o descriere de ansamblu a acestei limbi, instrument de comunicare în procesul de mondializare a economiei*,* ea întârzie, pentru moment să apară datorită unor factori destul de variați şi numeroşi, ale căror implicații tensionează şi întârzie procesul.[1]

Acceptarea unei limbi naturale ca instrument unic de comunicare apare astăzi ca o necesitate **obiectivă**, stringentă a vieții sociale contemporane. Această înțelegere presupune, după cum precizam mai sus, acceptarea *deliberată* a unei singure limbi care să funcționeze în acest domeniu al comunicării, situație în care trebuie să se depăşească mentalitatea mai veche de tip concurențial care implică ideea de *supremație lingvistică.* În consecință, în plan subiectiv, se poate ajunge la lezarea anumitor orgolii naționale, a anumitor veleități culturale dobândite în decursul timpului şi favorizate de anumite împrejurări istorice; efectele negative ale « supremației lingvistice » apar, mai ales, în sfera limbilor consacrate, tot prin tradiție ca „ limbi de circulație internațională".

Din rațiuni pur *conjuncturale,* create în procesul de evoluție economică, socială şi tehnico-ştiințifică a societății, limba acceptată ca limbă a globalizării a fost engleza. Motivele care au generat impunerea limbii engleze sunt evidente şi o enumerare sumară a lor ni se pare suficientă; este clar că dezvoltarea vertiginoasă a tehnicii informatice ca şi a domeniului financiar bancar s-a făcut, mai întâi în SUA, deci, în spațiu de limbă engleză. Faptul i-a determinat pe cei ce doreau să aibă acces la informația şi cuceririle ştiințifice americane, sau a obligat pe partenerii de afaceri să adopte în negocieri limba interlocutorului de peste ocean.. Un exemplu elocvent îl reprezintă Japonia, interesată după 1945 de refacerea economică, de performanțe notabile şi rapide în domeniul vieții economice pentru ocuparea unui loc de prim rang în economia mondială; cum interesul promovării propriei limbi ar fi întârziat sau limitat ritmul dezvoltării economice într-un moment când, după război, economia țării avea nevoie de un ritm accelerat al refacerii şi sincronizării, dar şi al dobândirii unei eventuale supremații, oficialitățile nipone au acceptat comunicarea în limba engleză, au inițiat măsuri pentru extinderea studiului limbii engleze în scoli permițând, astfel accesul direct la informație, dar şi la asaltul pieței, chiar în interiorul societății americane. In ceea ce priveşte Japonia, interesul dezvoltării economice, atingerea unor performanțe care să poată face față concurenței au reuşit să primeze asupra orgoliilor lingvistice şi culturale naționale. Un alt exemplu, ilustrativ de acceptare fără prejudecăți a limbii engleze ca limbă de comunicare în domeniul tehnico-economic îl poate constitui Israelul, mai ales, datorită forței sale financiare, dar şi faptului că s-a înțeles, datorită avatarurilor istorice ale acestui popor, că numai prin învățarea limbii celui cu care faci afaceri poți realiza o adevărată prosperitate financiară.

O ilustrare a faptului că necesitatea obiectivă a acceptării unei limbi unice de comunicare în procesul globalizării este un fenomen în extensiune, care se impune sub presiunea dezvoltării economice o demonstrează, în momentul de față şi situația din spațiul central şi est european, în general, şi cea a României, în mod particular. Este binecunoscut că modernizarea limbii române în sec. al XIX-lea s-a produs sub influența limbii franceze, că în diversele statistici realizate, procentul cuvintelor de origine franceză în româna contemporană se situează între 29-38%, că majoritatea cercetătorilor sunt de acord cu faptul că adaptarea acestor cuvinte s-a făcut relativ

BDD-V3920 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.75 (2026-11-06 13:26:22 UTC)

uşor, dată fiind structura latină moştenită de cele două limbi, genealogic înrudite, că, prin acceptarea, după 1989, României în grupul Ţărilor Francofone se recunosc din nou oficial afinităţile strânse dintre cele două popoare şi limbi. Si totuşi, în România, limba engleză a fost şi este utilizată astăzi ca instrument de accelerare a sincronizării şi participării la economia mondială. Pătrunderea acesteia s-a realizat ca urmare a acceptării realităţilor economice şi din nevoia firească de sincronizare rapidă cu ele. Accesul la tehnologia informatică nu se putea realiza într-o manieră eficace, decât prin accesul direct la sursele de informaţie ; un intermediar francez ar fi complicat şi întârziat procesul, iar costurile ar fi sporit în mod substanţial. Fenomenul a fost relativ rapid receptat şi de sistemul de învăţământ românesc, care a răspuns acestei necesităţi, asigurând o transformare adâncă a propriei structurii. Datele oferite anual de Institutul Naţional de Statistică pentru învăţământul primar, gimnazial şi liceal confirmă o mutaţie importantă în ceea ce priveşte rangul ocupat de « limbile de circulaţie » internaţională în sistemul nostru educativ naţional:[2]

1998-1999	Primar	Gimnazial	Liceal
engleză	272.828	785.155	273.942
franceză	419.579	1.021.192	393.863
germană	34.724	129.370	20.863
rusă	16.207	165.841	21.142
spaniolă	2.047	5.822	933
italiană	1.359	4.459	1.503
2000-2001	Primar	Gimnazial	Liceal
engleză	322.204	437.916	324.639
franceză	313.966	767.493	352.520
germană	34.724	129.370	35.903
rusă	5.941	27.789	9.811
spaniolă	1.247	2.663	970
italiană	563	2.071	1.138
2002-2003	Primar	Gimnazial	Liceal
engleză	315.163	501.646	358.146
franceză	242.939	623.228	356.856
germană	19.367	47.526	18.291
rusă	2.138	12.492	4.219
spaniolă	1.059	2.260	1.235
italiană	444	1.700	1.272

După cum se poate observa din examinarea cifrelor de mai sus, din anul 2000, limba engleză ocupă primul loc în ierarhia opţiunilor elevilor din învăţământul primar. Faptul se datorează, pe de o parte, accelerării fenomenului de integrare în tendinţa generală de mondializare economică a României, iar pe de altă parte capacităţii învăţământului românesc de a asigura profesori de engleză capabili să formeze tânăra generaţie în această direcţie. Schimbarea rangului în statistica situaţiei elevilor care studiază o anumită limbă străină este un fenomen social amplu care a început în deceniul al 8-lea al secolului trecut, odată cu introducerea studierii limbilor străine din învăţământul primar şi cu crearea claselor cu regim de predare intensivă a limbilor străine (engleza – în principal –, franceza, spaniola etc.). Procesul a durat aproape un deceniu, fapt explicabil prin necesitatea de a pregăti volumul de cadre didactice suficiente pentru a-l

BDD-V3920 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.75 (2026-11-06 13:26:22 UTC)

susține. Dacă numărul de elevi care studiază engleza a ajuns să depăşească azi în învăţământul primar, – este adevărat – nu cu mult, pe cel al elevilor care studiază franceza, arătând o schimbare a raportului de forţe între cele două limbi în învăţământul românesc, evoluţia oarecum lentă a procesului trebuie explicată şi prin aceea că în mediul rural predomină încă predarea francezei, majoritatea profesorilor de limbi străine fiind cei care cunosc această limbă, ca o prelungire a mentalităţii dintre cele două războaie mondiale.

Utilizarea pe scară tot mai largă a limbii engleze la noi a fost determinată, după 1989, şi de o serie de aspecte economice rezultate din liberalizarea schimburilor economice, deci a fost direct determinată de acelaşi fenomen al globalizării lingvistice. In ultimii 10 ani, în sfera producţiei şi a comerţului, am asistat şi asistăm la o implantare a unor „multinaţionale" sau firme străine în spaţiul geografic românesc. Publicitatea pe care şi-o fac acestea în procesul de recrutare de personal arată utilizarea fără rezerve a limbii engleze. Astfel, de foarte multe ori, ofertele de serviciu se fac într-o limbă străină, iar dintre acestea majoritatea sunt în limba engleză. Un exemplu ilustrativ, dar având şi un anumit caracter aleatoriu îl constituie situaţia macro-anunţurilor cu oferte de angajare din România Liberă din 10 iunie 2002, unde există 4 oferte în limba engleză (făcute de *United Nation Development Programme* care caută *a full-time Project Manager,* p.8, de o companie multinaţională care caută *Marketing Manager* ibid. şi de o altă companie internaţională care anunţă procesul de *recruitting energetic, responsible young women with excellent English and computer skills* ibid.; o altă publicitate face cunoscut că *International law firm seeks candidates for switchboard operator position* id. P. 15) şi 3 oferte în limba română (o ofertă este făcută de Multimedia Music Distribution SRL care angajează *Reprezentanţi vânzări Iaşi, Braşov, Cluj, Timişoara* ibid., o alta de Eurial Invest SA Importator Peugot care angajează *Şef atelier mecanic* id.p.15., iar o a treia provine de la o *Companie de prestigiu* care *angajează Reprezentanţi vânzări şi Ingineri mecanici* ibid.).

Publicitatea în limba engleză se face, după cum menţionam mai sus, mai ales în ofertele de angajare, acolo unde cel care lansează oferta este interesat de un anumit nivel educaţional pe care trebuie să-l prezinte persoana ce va fi selecţionată. În felul acesta angajatorul operează o primă selecţie, pentru că vor răspunde publicităţi în engleză numai cunoscători limbii respective, şi, deci, angajatorul are siguranţa că cel care se va prezenta are cel puţin un nivel mediu de instrucţie în această direcţie.

In ofertele publicitare ale angajatorilor se întâlnesc în presa românească actuală mai multe situaţii distincte în raport cu gradul de utilizare a limbii engleze:

1. Anunţul publicitar este redactat integral în limba engleză şi el poate aparţine în egală măsură atât unor companii multinaţionale, cât şi unor companii al căror proprietar nu provine din spaţiul de limbă engleză, dar care foloseşte acest mijloc de comunicare ca o dovadă a acceptării acesteia în procesul de mondializare economică; situaţia din urmă ni se pare mai interesantă din perspectiva subiectului nostru şi de aceea oferim câteva exemple pentru ilustrarea folosirii limbii engleze de firme belgiene, italiene, turceşti:

   LOUIS BERGER GROUP 50 years of pioneering in 65 countries is seeking ***Senior Engineers*** *with at least 10 years' experience in design and / or construction supervision, FIDIC contract management and / or control and quality assurance during construction, in the following sectors (good english skills are necessary for all positions)*

   - ***Transport infrastructure*** *(highways, railways, ports, navigable waterways, airports and related structures) –we are one of the world's leaders in this sector;*
   - ***Public and industrial buildings*** *(schools, hospitals, office, industrial parks, warehouses, plants etc.)*
   - ***And Economists / Planners*** *specialising in development of a variety of economic sectors….*

BDD-V3920 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.75 (2026-11-06 13:26:22 UTC)

Louis Berger: 1N Titulescu Blvd., Bl. A, Sc.3, Et.8, Ap.85, Bucharest, ROMANIA ;tel/fax…..RL 21 ianuarie 2003

*****

Italian software leading company based in Cluj seeks managing director alter ego (personal assistant), with skill in handling with banks, institutions, personnel, suppliers.

Requirements:

- *Female*
- *Age between 25-35*
- *Ambitious person*
- *Perfect knowledge of English*
- *Willing to learn Italian*
- *Willing to stay abroad for long periods*
- *No working time restriction*
- *Good-looking*

We offer:

- *Opportunity to travel through whole Europe very attractive career prospects.*
- *Minimum net salary: EUR 1.000 per month*

Send CV, with a telephone number, to 0264.414.609 or ***infojob@e-martch.com****.*
Please do not send your CV if you don't fit the requirements.

*****

GÜRIŞ
INŞAAT VE MÜHENDI SLIK A.Ş. since 1958
INTERNATIONAL FAIR-CONSTANTA
Seeking personnel for the Project of International Building in Constanta

- ***Site Manager-Civil Engineer*** *–8 years experience*
- ***Technical Office Chief –Civil Engineer or Architect****-8 years experience*
- ***Engineer****-5 years experience*
- ***Safety Engineer****-certificated, 5 years experience*

All candidates should speak English fluently
Please send your CV at fax no. 0241.511.080; 021.326.33.63

In multe cazuri şi firmele româneşti recurg din aceleaşi motive la acelaşi instrument de comunicare pentru prezentarea propriilor oferte de angajare:

DAFORA drilling co seeks to employ 4 drilling engineers for drilling operations abroad. Skills and qualification: university degree in drilling, fluent English, PC skills (Word, Excell, Power Point, Netscape, E-mail), organization skills, valid passport, driving license. We offer good professional environment and professional growth opportunities. You could send CV by fax 0269/806.656 or by e-mail ***fbadea@birotec.ro****. For more information you could call at 0745.10.80.26.*

In aceste cazuri, uneori, se observă anumite stângăcii în practicarea limbii engleze, cum ar fi omiterea unor prepoziții (de exemplu, *travel through the whole of*) sau adăugarea lor (de exemplu, *handling with banks*), ceea ce releva faptul că utilizatorul stăpâneşte o engleză esențializată, iar exprimarea, uneori mai sofisticată, alteori eliptică, demonstrează că nu totdeauna o foloseşte corect.

BDD-V3920 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.75 (2026-11-06 13:26:22 UTC)

2. Anunțul publicitar este redactat în cea mai mare parte în limba română, iar în denumirea postului se utilizează formula din limba engleză, fapt ce evidențiază că firmele şi întreprinderile româneşti sau străine, indiferent de aria lingvistică din care provin, au adoptat toate un model de organizare al unităților economice considerat performant şi, se pare, acceptat azi pe plan internațional. Adoptarea acestui model în structura economică a firmelor, a unităților productive sau a celor financiar bancare a dus implicit şi la acceptarea denumirilor englezeşti. Formula este larg practicată în momentul da față de publicitatea actuală din România; o întâlnim în cazul unor:

- firme româneşti **:** ***BIT SOFT SRL****, lider național în furnizarea de soluții informatice pentru industria hotelieră angajează* ***SYSTEM INSTALLER****, cod: Ref SI 043;* ***Cerințe*** *: studii superioare în turism sau echivalent, cunoştințe bune PC, limba engleză. Disponibilitatea pentru deplasări şi carnet auto reprezintă un avantaj.* ***Responsabilități****: planificarea instalării sistemului, culegerea informațiilor necesare configurării, configurare sistem informatic, şcolarizare personal, asistență la pornire. Trimiteți CV pe fax……RL 21 ianuarie 2003.*

  ROMSYS desemnat oficial în 2001 cel mai bun Integrator de sisteme din România…caută profesionişti de calibru, dinamici şi motivați pentru a-i alătura echipei noastre în următoarele posturi: ***Major Account Managers, Product Managers Networking, PR Managers, Service Engineers ATM, Service Engineers Sun Hardware.*** *Aşteptăm CV-ul Dumneavoastră şi scrisoarea de intenție specificând postul la e-mail:* ***hr@romsys.ro****. ROMSYS SA Calea Floreasca 169, Bucureşti* România liberă 23 iunie 2003

  Această modalitate de formulare a ofertelor de angajare nu vizează numai firmele mari româneşti, pe cele cu firmele cu profil informatic, sau specializate în domeniul asigurărilor, domenii care s-au implantat şi extins rapid în țara noastră, dar şi firme mai mici care s-au dezvoltat în ramuri ale industriei uşoare cu tradiție şi forță de muncă specializată şi care îşi fac cunoscute anunțurile prin mica publicitate, ceea ce arată dimensiunea lor mai modestă în privința forței economice:

  Angajăm ***salesman****, experiență în domeniu accesorii îmbrăcăminte. 222.35.24* România Liberă 8 aprilie 2003

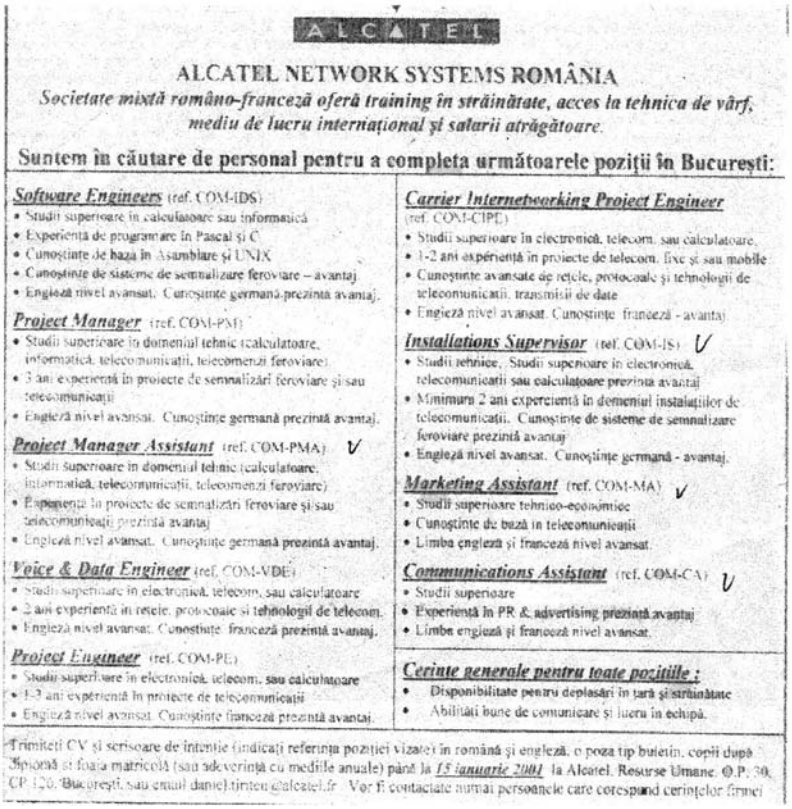
  Societate constructoare de maşini angajează ***coordonator aprovizionare, buyer import;*** *fax: 310.44.73* România Liberă 23 iunie 2003.

  Hostesse *şi* ***supervizori (****cu auto****), domiciliu Constanța, bonificații deosebite CV Fax: 021/634.03.09* România Liberă 23 iunie 2003.

  Firme româneşti asociate cu firme străine: *Compania Alianz-Țiriac Asigurări S.A. parte a grupului Alianz….pentru structura de vânzări asigurări de viață, societatea selecționează* ***UNIT MANAGER*** *pentru Bucureşti;* ***cerințe:*** *experiență în vânzări, foarte bune abilități de comunicare, experiența managerială reprezintă un avantaj, spirit de echipă, studii superioare, cunoştințe de limba engleză. ……*România Liberă 26 iunie 2003

BDD-V3920 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.75 (2026-11-06 13:26:22 UTC)

- firme reprezentând domeniul germanic : *Importantă firmă austriacă, producătoare de stofe şi ţesături, angajează* ***Office Desk Person,*** *cunoscătoare a limbii engleze, dinamică, plăcută, posesoare permis auto RL 28 mai 2003.*
- firme franceze sau belgiene:



ALCATEL

ALCATEL NETWORK SYSTEMS ROMÂNIA

Societate mixtă româno-franceză oferă training în străinătate, acces la tehnica de vârf, mediu de lucru internaţional şi salarii atrăgătoare.

Suntem în căutare de personal pentru a completa următoarele poziţii în Bucureşti:

Software Engineers (ref. COM-IDS)
- Studii superioare în calculatoare sau informatică
- Experienţă de programare în Pascal şi C
- Cunoştinţe de bază în Asamblare şi UNIX
- Cunoştinţe de sisteme de semnalizare feroviare – avantaj
- Engleză nivel avansat. Cunoştinţe germană prezintă avantaj.

Project Manager (ref. COM-PM)
- Studii superioare în domeniul tehnic (calculatoare, informatică, telecomunicaţii, telecomenzi feroviare)
- 3 ani experienţă în proiecte de semnalizări feroviare şi sau telecomunicaţii
- Engleză nivel avansat. Cunoştinţe germană prezintă avantaj.

Project Manager Assistant (ref. COM-PMA) V
- Studii superioare în domeniul tehnic (calculatoare, informatică, telecomunicaţii, telecomenzi feroviare)
- Experienţă în proiecte de semnalizări feroviare şi sau telecomunicaţii prezintă avantaj
- Engleză nivel avansat. Cunoştinţe germană prezintă avantaj.

Voice & Data Engineer (ref. COM-VDE)
- Studii superioare în electronică, telecom, sau calculatoare
- 2 ani experienţă în reţele, protocoale şi tehnologii de telecom.
- Engleză nivel avansat. Cunoştinţe franceză prezintă avantaj.

Project Engineer (ref. COM-PE)
- Studii superioare în electronică, telecom. sau calculatoare
- 1-3 ani experienţă în proiecte de telecomunicaţii
- Engleză nivel avansat. Cunoştinţe franceză prezintă avantaj.

Carrier Internetworking Project Engineer (ref. COM-CIPE)
- Studii superioare în electronică, telecom. sau calculatoare.
- 1-2 ani experienţă în proiecte de telecom. fixe şi sau mobile
- Cunoştinţe avansate de reţele, protocoale şi tehnologii de telecomunicaţii, transmisii de date
- Engleză nivel avansat. Cunoştinţe franceză - avantaj

Installations Supervisor (ref. COM-IS) V
- Studii tehnice. Studii superioare în electronică, telecomunicaţii sau calculatoare prezintă avantaj
- Minimum 2 ani experienţă în domeniul instalaţiilor de telecomunicaţii. Cunoştinţe de sisteme de semnalizare feroviare prezintă avantaj
- Engleză nivel avansat. Cunoştinţe germană - avantaj.

Marketing Assistant (ref. COM-MA) V
- Studii superioare tehnico-economice
- Cunoştinţe de bază în telecomunicaţii
- Limba engleză şi franceză nivel avansat.

Communications Assistant (ref. COM-CA) V
- Studii superioare
- Experienţă în PR & advertising prezintă avantaj
- Limba engleză şi franceză nivel avansat.

Cerinţe generale pentru toate poziţiile :
- Disponibilitate pentru deplasări în ţară şi străinătate
- Abilităţi bune de comunicare şi lucru în echipă.

Trimiteţi CV şi scrisoare de intenţie (indicaţi referinţa poziţiei vizate) în română şi engleză, o poză tip buletin, copii după diplomă şi foaia matricolă (sau adeverinţă cu mediile anuale) până la *15 ianuarie 2001* la Alcatel, Resurse Umane, O.P. 30, CP 120, Bucureşti, sau email daniel.tirtea@alcatel.fr. Vor fi contactate numai persoanele care corespund cerinţelor firmei

*****

Overseas Group *COMPANIE BELGIANO-ROMÂNĂ DE DISTRIBUŢIE, angajează:* ***KEY ACCOUNT EXECUTIVE.*** ***Profilul candidatului:*** *experienţa relevantă în FMCG, cunoaşterea sistemului de lucru al conturilor multinaţionale, abilitaţi de negociere, aptitudini excelente de comunicare, cunoştinţe solide operare PC Office, limba engleză nivel conversaţional, orientare spre rezultate, studii superioare de specialitate, permis de conducere categoria B;* ***Oferim :*** *pachet salarial atractiv, training de specialitate, posibilitatea construirii unei cariere într-o firmă în dezvoltare. Dacă îndepliniţi aceste condiţii, trimiteţi CV până la data de* ***20.03.2003****, la fax* ***232.09.63****, sau prin e-mail, la* ***catalinstancu@overseas.ro****.*

In cele mai multe situaţii de acest fel se păstrează nu numai denumirea englezească, dar se respectă, în general, şi ortografia engleză cuvântului sau a sintagmei respective. Rareori utilizatorul instalat în România sau chiar de origine română încearcă o integrare şi o adaptare a termenului respectiv la sistemul categorial al limbii române:

PERFETTI VAN MELLE România SRL, firmă multinaţională cu domeniu de activitate producţie şi distribuţie dulciuri angajează pentru toate judeţele ţării, inclusiv Braşov ***MARKET DEVELOPERI*** *(agent dezvoltare piaţă). România Liberă, 18 ianuarie 2003.*

BDD-V3920 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.75 (2026-11-06 13:26:22 UTC)

Absolut! ***Bodyguarzi*** *ptr. Obiective speciale, minim 1,80, salarizare excepţională de la 100e / lună, net 324,12.21* România Liberă 8 aprilie 2003

Acceptarea limbii engleze atunci când este vorba de denumirea structurilor organizatorice ale întreprinderilor este, deci, un domeniu unde globalizarea se manifestă intr-o manieră vizibilă în spaţiul economic românesc. După abandonarea structurilor economice de tip comunist centralizat, organizarea internă a firmelor şi întreprinderilor româneşti se sincronizează cu structurile cele mai răspândite în economia mondială şi, cum acestea au un model occidental de tip englez / american, denumirile posturilor se fac utilizând termenul englezesc aferent, model care aplicat şi de firme din diferite alte ţări probează tendinţa de generalizare a acestuia.

Analizând situaţia din publicitatea românească constatăm că « globalizarea lingvistică » nu este, deci, un fenomen intern al limbii, ci este rezultatul unei *atitudini* lingvistice deliberate, *determinată strict de interese economice*. Un argument care se adaugă celor spuse şi care susţine această teză îl constituie faptul că, numai atunci când interesul economic o cere, publicitatea se face în limba engleză ; în momentul în care interesul economic cere exprimarea în limba română, engleza va fi complet ignorată ; de exemplu nici o ofertă de vânzare a unui produs pe piaţa românească nu se face în limba engleză.

Dacă fenomenul globalizării economice este un fapt pe care majoritatea statelor naţionale îl acceptă azi, ca pe o evidenţă, şi deja lucrările de sinteză şi-au făcut apariţia (vezi *Globalisation Guide*[3]), în materie de globalizare lingvistică am spune că reacţia principală este, îndeosebi, una adversă de teoretizare, în special, a strategiilor de apărare şi dezvoltare a pluralismului lingvistic, a « prezervării » statu-quo-ului lingvistic, a conturării unor politici lingvistice de apărare a patrimoniului şi diversităţii culturale. Intervenţiile teoretice dezbat mai ales acest aspect (cf.de exemplu *Le rôle des nouvelles communautés luinguistiques au sein de la* ***globalisation)*** evidenţiind mai ales ideea că globalizarea « tend vers un traitement dédaignant de la pluralité, notamment la pluralité et diversité culturelle et linguistique ». In acelaşi sens trebuie citate şi intervenţiile lui Pierre Georgeault „pour une gouvernance linguistique et culturelle”.[4] Este foarte posibil ca acesta reacţie de respingere să fie susţinută, pe de o parte de imposibilitatea depăşirii unei mentalităţi naţionale formată în timp şi cu preţul unor lupte în numele idealurilor naţionale pe care popoarele le-au plătit scump, iar, pe de altă parte, de dificultatea de a accepta idee de supremaţie lingvistică pe care unele state nu o pot tolera, în virtutea tot a unui trecut istoric nu prea îndepărtat. Trezirea conştiinţei naţionale şi lupta în numele acestui ideal nefiind, practic, încheiată astăzi, ea mai constituie stimulentul unei lupte, adeseori sângeroasă într-o serie de părţi ale continentului african şi în suficient de numeroase zone din Asia.

2. <u>Anglicizarea</u> se prezintă ca o tendinţă a limbilor actuale de a lăsa să pătrundă, mai ales, în domeniul vocabularului, influenţa 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 tendinţa de internaţionalizare, relevând o nouă dimensiune a contactului între limbi.

Dacă luăm ca exemplu limba română, constatăm că acest element de superstrat are o pondere destul de mică în ansamblul lexicului din perspectiva structurii sale etimologice. Două sunt aspectele sub care se manifestă influenţa engleză asupra limbii române actuale :

- Un aspect vizează categoria neologismului necesar şi în acest caz avem în vedere cele câteva domenii în care lexicul de origine engleză s-a impus şi a intrat în circulaţie atât în limba scrisă, cât şi în varianta vorbită; în funcţie de domeniu circulaţia unor astfel de elemente lexicale poate prezenta un caracter larg popular; un exemplu, în acest sens, îl constituie terminologia sportivă[5] unde anglicismele s-au impus şi unde uneori chiar au creat un « prototip » după un model englezesc presupus, ceea ce demonstrează o

BDD-V3920 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.75 (2026-11-06 13:26:22 UTC)

anumită « productivitate » a modelului ; vezi, de exemplu, explicația cuvântului *tenisman,* cuvânt inexistent în limba engleză[5].

- Un alt aspect ține de « moda lingvistică » şi are, deci, un caracter mult mai superficial şi, în mare parte, efemer. Utilizarea englezismelor astăzi, mai ales, în vorbirea tinerilor depăşeşte limitele „clasice" ale jargonului, care indicau un mijloc de manifestare nu numai a snobismului dar şi a diferențelor sociale. Englezismele din limbajul actual al tinerilor sunt mai ales elemente lexicale (cuvinte şi expresii) preluate din limbajul familiar, vorbit (*ok, cool, fresh* etc.) şi reprezintă un mijloc de „internaționalizare" comportamentală şi, prin opoziție cu jargonul „clasic", o modalitate de ştergere a diferențelor sociale şi naționale.

Reacția « oficială » împotriva anglicismelor a fost (ca şi în cazul fenomenului discutat sub 1), inițial, una de respingere şi ea s-a manifestat cu putere, mai întâi, în spațiul de limbă franceză. Este binecunoscută azi lucrarea lui R. Etiemble *Parlez-vous franglais?* (1967) dar şi încercarea, practic, inutilă a factorilor decizionali din Franța de interzicere prin lege a extinderii utilizării cuvintelor englezeşti. Oficialitățile româneşti de resort nu au acționat altfel « promovând legea Pruteanu », iar eficacitatea aplicării ei, probabil, va concura ineficiența celei franceze. Va trebui să se mai scurgă un interval de timp pentru ca să ajungem să ne întrebăm şi noi, mai mult sau mai puțin retoric, dacă anglicismele prezintă un pericol sau o îmbogățire a vocabularului[5] aşa cum a făcut-o recent Maurice Perigner în *Les anglicismes. Danger ou enrichissment pour la langue française?*

Trebuie să recunoaştem însă că aversiunea împotriva englezismelor a fost mai generală şi ea a avut cauze foarte variate în funcție de evenimentele istorice trăite de un popor sau altul. Să amintim că în timpul celui de al doilea război mondial, în Japonia guvernul naționalist militar descuraja, şi până la urmă a şi interzis, folosirea cuvintelor împrumutate din engleză – cuvinte ale unei țări inamice- care trebuiau înlocuite cu un echivalent japonez. Pierzând războiul, Japonia a fost scurt timp ocupată de forțele aliate conduse de SUA care au impus ca engleza să fie predată în şcoli. Acest demers nu a dus la rezultatele scontate deoarece predarea limbii engleze se baza în special pe cunoaşterea gramaticii şi pe citit, ceea ce a creat o diviziune a informației între japonezi şi majoritatea vorbitorilor de engleză. Dezvoltarea tehnologiilor de vârf şi dezvoltarea informaticii au dus la o pătrundere mai „firească" a neologismelor de origine engleză în japoneză, astfel că în martie 2003 a fost întocmită o listă de cuvinte englezeşti recomandate oficial pentru a le înlocui pe cele transcrise fonetic (« gairaigo »)

3. <u>Concluzii.</u> Din analiza de mai sus rezultă că atât globalizarea lingvistică, cât şi răspândirea în diverse limbi a anglicismelor sunt fenomene actuale care au tendința să se internaționalizeze.

Faptele şi argumentele discutate arată, pe de o parte că globalizarea lingvistică trebuie interpretată ca o consecință a mondializării economiei care pe planul schimburilor verbale a dus la crearea unei noi situații de comunicare în care se cere utilizarea de către parteneri economici a unei singure limbi ca unic instrument lingvistic de comunicare, iar pe de altă parte că alegerea limbii engleze pentru această funcție este un fenomen istoric conjunctural.

Globalizarea lingvistică poate fi raportată din punct de vedere teoretic la *bilingvism* văzut nu sub aspectul său colectiv, ci sub aspectul său *individual,* căci în relațiile şi schimburile economice părțile sunt interesate de cunoştințele de engleză ale partenerului numai în măsura în care acestea trebuie să asigure o comunicare eficientă (vezi în anunțurile publicitare oferite mai sus spre ilustrare, la capitolul cerințe: *o bună cunoaştere a limbii engleze*).

Globalizarea lingvistică, atunci când acționează într-un domeniu mai limitat sau mai extins nu este obligatoriu să aibă repercusiuni asupra limbii care a adoptat-o. Utilizarea exclusivă a

BDD-V3920 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.75 (2026-11-06 13:26:22 UTC)

limbii engleze de la un anumit moment în domeniul comunicațiilor în navigație sau în activitatea aeronautică nu au avut vreun impact asupra sistemului lingvistic al utilizatorilor.

Anglicizare actuală a unor limbi, deşi prezintă tendința de internaționalizare rămâne un fenomen procentual scăzut, rezultat din evoluția firească a unei limbi sau a alteia, iar din punct de vedere lingvistic el se circumscrie fenomenelor de superstrat.

NOTE:

---

[1] Interesul lingviştilor, mai ales europeni, dar şi canadieni, este dirijat, în momentul actual, spre politici lingvistice, spre păstrarea identităților culturale în epoca globalizării spre prolemele intercomunicării şi păstrarea diversității. ***www.terminometro.info/b43/fr/linguapax.html***

[2] Institutul Național de Statistică, *Invățământul primar şi gimnazialla începutul anului şcolar,* fascicula 1998, 2000, 2002

[3] Globalisation Guide ***www.globalisationguide.org/01.html***

[4]***www.pcf.be/Evenementes/Journee_internationale_francophonie/pierre_georgeault_pour_une_gouvernance_linguistique_et_culturelle***

[5] vezi Constantinescu Ilinca, *Influența limbii engleze în vocabularul sportiv românesc,* în „Limba română", nr.6, 1972, nr.1-2, 1973; Hristea Theodor, *Sinteze de limba română,* ed. a 3-a, Bucureşti, 1984

[6] O atitudine echilibrată a fost deja exprimată de Avram Mioara în *Anglicismele în limba română actuală*, în Conferințele Academiei Române, Ciclul Limba română şi relațiile ei cu Istoria şi Cultura românilor, Bucureşti, 1997

LINGUISTIC GLOBALISATIN AND ANGLICISATION

Abstract

In this article, the author aimed at establishing a distinction between linguistic globalisation and Anglicisation, two concepts that have been more and more frequently used in various researches. Thus, linguistic gobalisation is seen as a consequence of modern economic worldwide inter-dependency, economic trend that needs a sole means of communication; the choice of English language to fulfill this role is the result of a combination of historical circumstances. From the linguistic perspective, the phenomenon reaches certain issues of bilingualism, seen as an individual phenomenon, and not as a collective one. The second analysed concept, although having a clear tendency of internationalisation, is a phenomenon that results from the evolution of one language or another and is included in the 'linguistic influence' phenomenon.

BDD-V3920 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.75 (2026-11-06 13:26:22 UTC)