

ANGLICISMELE ÎN LIMBA ROMÂNĂ

Lorina SÎRBU, profesor de limba engleză, grad didactic II
Colegiul „Julia Hasdeu” din Cahul

***Abstract.** In its historical evolution, Romanian has come into contact with different languages, from which it has very easily assimilated many words with the requirements of communication. The strongest influence on the Romanian language in the 21st century has English. Today, English is a true international linguistic invasion. The invasion of Anglicisms has grown in line with the progress of certain areas of technology and the spread of the cinema industry. Most of the borrowed words were modeled according to the phonetic and morphological system of the Romanian language. All the words borrowed from the other languages have caused changes in the phonetic, grammatical and lexical structure of the Romanian language, each foreign influence being visible through its features through the personal brand. The great avalanche of English words is justified mainly by the need to use specialized terms that do not have equivalent in Romanian. These are so called „necessary loans” that mean those words, or phrases that do not have a Romanian correspondent or that have certain advantages over the native term. Luxury anglicisms are unnecessary loans, which are in line with the subjective tendency of some social categories to linguistically individualize in this way. Such terms repeat only the Romanian words without additional information.*

Limba se face prin schimbare și „moare” atunci când incetează să se schimbe.
(E. Coșeriu)

Fiecare epocă a avut neologismele sale: slavonisme (cuvinte intrate în limbă în special prin traducerile de cărți bisericești), grecisme, turcisme (în perioada fanariotă), ungurisme (mai ales în perioada stăpanirii austro-ungare în Transilvania), franțuzisme (mai ales în epoca modernă), anglicisme și americanisme mai recent.

În evoluția sa istorică, limba română a intrat în contact cu diferite limbi, din care a asimilat foarte ușor multe cuvinte. Integrarea cuvintelor străine în procesul de comunicare a pus, pe de o parte, problema adaptării lor la structura lingvistică influențată și, pe de altă parte, problema schimbărilor pe care le fac în organizarea lexicală a limbii române, în funcție de structura fonetică și gramaticală, fiecare influență străină manifestându-se specific. Cea mai puternică influență asupra limbii române în secolul XXI o are limba engleză.

În ciuda tuturor dificultăților de adaptare la sistemul lingvistic al limbii române, împrumuturile în limba engleză continuă să pătrundă masiv și rapid în limba română, accelerând procesul de îmbogățire a vocabularului, aducând, de asemenea, schimbări importante la alte niveluri.

Engleza este o adevărată invazie lingvistică internațională. Influența limbii engleze este un

fenomen internațional, nu doar un fenomen european, ci unul mondial. Invazia anglicismelor a crescut în concordanță cu progresul anumitor domenii ale tehnicii și răspândirea industriei cinematografice. Mioara Avram a menționat că: „Influența engleză nu este un fenomen în sine negativ, nu are de ce să fie mai periculoasă decât alte influențe străine”, afirmând: „Cunoscută fiind marea ospitalitate a limbii române, dublată de capacitatea ei de asimilare a împrumuturilor [...], este de presupus că anglicizarea va fi depășită, așa cum au fost depășite în timp slavizarea, grecizarea, rusificarea, italianizarea sau francizarea”¹.

Opiniile lingviștilor privind acceptarea sau respingerea anglicismului sunt împărțite. Majoritatea dintre ei (Mioara Avram, Ștefania Isaac, Georgeta Ciobanu, Adriana Stoichițoiu-Ichim etc.) au fost mai degrabă permisivi în recomandările lor normative, dar optează pentru impunerea unor adaptări morfologice stricte la aceste cuvinte. O opinie contrară este aceea a senatorului și lingvistului George Pruteanu care afirmă acest lucru: „Ceea ce pretind, e ca noile cuvinte – repet: binevenite! – să fie scrise românește. Nu putem scrie nici franțuzește, nici ungurește, nici englezește limba română. Atâta timp cât va exista, limba română trebuie scrisă românește. În toate cazurile în care e posibil fără pierderi semnificative, orice cuvânt nou-preluat trebuie integrat sistemului, asimilat, autohtonizat, conform regulilor de scriere și de pronunție ale limbii române. O limbă nu se îmbogățește cu xenisme, cu cuvinte care rămân străine. Nu se poate ca zone ample din limba română să fie, grafic, colonii”. G.Pruteanu reproșează ediției noi a Dicționarului ortografic, ortoepic și morfologic (DOOM 2) – „că legitimează oficial *romgleza*, că recomandă scrierea englezește a unor cuvinte simțite ca românești, astfel, consideră el, fără frâna lucrărilor normative și a cunoscătorilor limbii engleze, anglicismele recente s-ar adapta la limba română ușor...”².

Amintind opinia lui Sextil Pușcariu, putem distinge între două categorii de împrumuturi lingvistice: „necesare” și „de lux”³. Împrumuturile necesare înseamnă acele cuvinte, fraze sau unități frazeologice care nu au un corespondent român sau care au anumite avantaje față de termenul nativ. Astfel, în domeniul informaticii și a jocurilor pe calculator, exemple includ termeni precum: play (activitate distractivă, în special pentru copii), mouse (dispozitiv periferic de calculator care poate muta cursorul pe ecranul unui computer), chat (discuție prietenoasă, realizat prin schimbarea mesajelor electronice), player (persoana care practică un anumit tip de joc), joystick-ul (o pârghie care controlează mișcarea imaginilor pe ecranul electronic sau jocurile mecanice), etc. Muzica își are terminologia specifică prin introducerea de anglicisme, cum ar fi star, cântăreață (o personalitate în muzică, cinema etc.), solo (când vorbim despre un disc muzical cu câte un cântec pe fiecare parte). Alimentele și băuturile au dus la introducerea unor anglicisme, cum ar fi cheeseburger, chipsuri, hamburger, cornflakes, ketchup (sos picant de suc de roșii, oțet și mirodenii), whisky (băuturi alcoolice), brandy (cognac). De asemenea, în legătură cu acest domeniu, observăm de cele mai multe ori preferința utilizării limbii engleze la echivalentul limbii române: shopping supermarket, market. Nici moda produselor cosmetice nu au manifestat o reticență față de anglicisme. Exemplele sunt multiple: look (înfățișare, aspect), lifting (operație estetică care constă într-o incizie ce scurtează pielea pentru a face ridurile invizibile), fashion (modă), gloss (luciu de buze), casual (îmbrăcăminte de zi), office (îmbrăcăminte pentru serviciu), trench (pardesiu), make-up (machiaj), trend (tendință, evoluție a unui fenomen), outfit (ținută), styling (coafură), blush (fard de obraz), cover-girl (fată tânără, frumoasă, care pozează pentru copertele revistelor), beauty-tips (sfaturi pentru înfrumusețare).

Cea de-a doua categorie implică anglicisme de lux, care sunt împrumuturi inutile, care sunt legate de tendința subiectivă a unor categorii sociale de a se individualiza în mod lingvistic în acest fel, cum ar fi: band (orchestră), advertising (publicitate), toast (pâine prăjită), shopping (cumpărături), company (firmă, societate comercială), like (a plăcea), weekend (sfârșit de săptămână), horror (groază), girl (fată), cool (grozav), sexy (atrăgător), bad (rău), sorry (a regreta), please (te rog), busy (ocupat), friend (prieten), beauty (frumusețe), coffee (cafea), darling (dragă). Fără cunoașterea sensului anglicismului ales în vorbire, riscăm să utilizăm construcții pleonasmice intolerabile, cum ar fi: a face henț cu mâna, bord de conducere, bani cash, narațiunea unui story. Folosirea anumitor anglicisme este absolut necesară pentru că nu există corespondent în limba română (exemple: subscribe, puzzle, jazz, funk, rock, snowboard), iar altele rămân întotdeauna "crude", cum ar fi : sms, ok, bye, beep, trendy, fifty-fifty, VIP, Facebook, smart phone, webcam, sau cuvinte, expresiile frazeologice: all right, best seller, angry young man care sunt adesea pe

¹ Avram, Mioara, Anglicismele în limba română actuală, Ed. Academiei Române, București, 1997, p. 8.

² Hristea, Teodor, Sinteze de limba română, ediția a II a, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 1981, p.

³ Sextil Pușcariu, Limba română. I. Privire generală, București, 1976.

buzele tinerilor. Astfel de termeni dublează numai cuvintele românești fără a oferi informații suplimentare.

Anglicismele au totuși și unele avantaje. Avantajele anglicismelor sunt că ele nu au provocat o "alterare" a limbii române, ci, dimpotrivă, au contribuit la o reînnoire și reconstrucție permanentă, la nuanța sa semantică și stilistică, la modernizarea lexiconului, deoarece limbajul este o ființă vie care evoluează cu fiecare zi care trece, fiind privită, în același timp, ca un aspect al creativității lingvistice. Deși anglicismele sunt uneori inadecvate sau incomplete, adaptate la sistemul lingvistic, studiile specializate au subliniat faptul că, datorită utilizării lor frecvente, ele pot fi considerate norme.

Cercetând gradului de adaptare a anglicismelor în limba română, în conformitate cu normele lingvistice, am observat că tendința generală a limbajului literar actual este de a păstra împrumuturile în limba engleză cât mai aproape posibil de limba sursă. În același timp, la nivel morfologic, o consecință a pătrunderii masive a cuvintelor din limba engleză ar putea "submina" caracterul flexionar al limbii române prin creșterea numărului de adjective invariabile și ștergerea limitelor dintre părțile de vorbire. Și în conformitate cu norma lexico-semantică, definiția semnificației împrumuturilor este în general făcută de un sinonim echivalent sau de expresia românească echivalentă. Anglicismul poate fi, de asemenea, introdus în text după echivalentul său românesc sau, prin alternarea termenilor sinonimi în titluri și subtitluri.

Influența unor limbi asupra altora - lexical, morfologic, fonetic și semantic - are ca punct de plecare componenta lexicală a limbajului, majoritatea și cele mai multe interferențe directe care apar la nivelul vocabularului. Legăturile strânse dintre diferitele domenii de activitate determină propagarea termenilor de la un domeniu la altul, favorizând o circulație liberă și rapidă a termenilor în general și reducând numărul celor cu un grad înalt de specializare semantică. Prin extensie, termenii merg în terminologie diferită sau chiar sunt preluați în vocabularul obișnuit. Influența limbii engleze, care este mai pronunțată la nivel terminologic, de multe ori conduce la schimbări în vocabularul general. Cei mai mulți termeni monosemantici împrumutați de la englezi își pot lărgi sensul în raport cu unitățile lexicale native sau în contexte în care se speculează valoarea lor figurativă. Schimbările semantice în ambele sensuri, terminologie sau determinologie, facilitează penetrarea împrumuturilor și mișcarea cuvântului, restricțiile de utilizare fiind reduse considerabil. Imitația modelelor engleze de către calc participă la extinderea influenței engleze în limba română ceea ce este considerată de unii un pericol.

Dacă dorim totuși să vorbim despre un pericol în ceea ce privește influența engleză, acela ar putea să fie faptul că ea se produce prin oameni culți, care sunt vorbitori de limbă engleză și la nivelul limbii literare există factori care împiedică sau cel puțin încetinesc românizarea împrumuturilor care sunt menținute de lucrările normative în forma lor străină. Existența unor cuvinte care sunt deseori criticate, marginalizate de tipul *bișniță* (engl. *business*), *blugi* (engl. *blue jeans*), *ciungă* (engl. *chewing gum*), *hotdog* (engl. *hot dog*) arată că fără influența lucrărilor normative și a cunoscătorilor de limbă engleză, anglicismele recente s-ar adapta la limba română asemenea celorlalte împrumuturi din alte straturi etimologice sau a anglicismelor mai vechi, de tipul *foțbal* (football), *henț* (hands), *budincă* (pudding), *clown* (clown) sau *trening* (training).

O atenție deosebită este acordată termenilor *anglicism* și *americanism*. Termenul *anglicism* este definit ca fiind „o expresie specifică limbii engleze; cuvânt de origine engleză împrumutat, fără necesitate, de o altă limbă și neintegrat în aceasta”¹, iar termenul *americanism* denumește „un fel de a fi, expresie etc. proprie americanilor”. De asemenea, Adriana Stoichițoiu-Ichim definește anglicismele ca fiind „împrumuturi recente din engleza britanică și americană, incomplet sau deloc adaptate (ca atare, ele se scriu și se rostesc în română într-un mod foarte apropiat sau identic cu cel din limba de origine”². O distincție între anglicisme și americanisme este întâlnită la Theodor Hristea, care notează că acestea din urmă sunt „mai recente și au caracter internațional”³. Ele au pătruns în limba română și prin intermediul altor limbi (franceză, italiană, germană) care au fost influențate de limba engleză americană. Printre aceste cuvinte se numără următoarele: *bluf*, *blugi*, *boss*, *campus*, *cow-boy*, *hold-up*, *hamburger*, *jazz*, *motel*, *radar*, *mass-media*, *tobogan* etc. De asemenea, Hristea precizează că o serie de anglicisme și americanisme, care nu sunt inserate în dicționare, sunt întâlnite în stilul publicistic și cel științific, care au fost și vor rămâne cele mai bogate în neologisme. Această listă a americanismelor este completată de către Georgeta Ciobanu, care reușește să exemplifice peste 200 de cuvinte pe care le grupează în trei categorii:

1. Cuvinte care sunt socotite americanisme atât de dicționarele românești, cât și în cele

¹ Dicționarul explicativ al limbii române, ediția a II a, Ed. Univers Enciclopedic, București, 1998

² Stoichițoiu-Ichim, Adriana, Vocabularul limbii române. Dinamică, influențe, creativitate, Ed. All, București, 2001, p. 83.

³ Hristea, Teodor, Sinteze de limba română, ediția a II a, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 1981, p15

englezești: *aculturație, bos, campus, freezer, hamburger, hold-up, hot-dog, O.K., ranch, supermarket* etc.

2. Cuvinte care sunt marcate ca americanisme numai în dicționarele românești, nu și în cele englezești: *angulație, blue-note, brain-drain, kidnapper, sexy, video*.

3. Cuvinte marcate ca americanisme în dicționarele românești, dar neînregistrate în principalele dicționare englezești: *dixielander, planetren, quasag*.

Toate aceste cuvinte considerate americanisme aparțin mai multor domenii, cum ar fi: muzică, sport, economie, cinema, știință și tehnologie. Dintre toate acestea, sportul (terminologia sportivă) cunoaște cel mai mare număr de cuvinte de origine engleză: *base-ball, corner, dribbling, fault, fotbal, gol, henț, ofsaid, outsider, presing, goal-keeper, rugbi*.

În această lucrare, termenul anglicism va fi utilizat pentru a denumi orice „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”¹, termenul nefiind restrans doar la împrumuturile neadaptate sau/și inutile dar nici extins pentru termeni ca biomedicină, etnolingvistică sau extragalactic. Termenul mai este întâlnit în unele lucrări cu denumirea *xenism* (cuvânt neadaptat care conține grafia de origine), cuvânt *aloglot, străinism* sau chiar *barbarism* (făcând aluzie la popoarele barbare probabil care invadeau pur și simplu pământul străin).

De-a lungul timpului s-a încercat cuprinderea anglicismelor în niște liste, dar nu s-a reușit alcătuirea unei lucrări care să conțină o înregistrare reală a tuturor acestor termeni care sunt folosiți în limba română. De multe ori aceste liste sunt fie prea sărace și nu sunt adaptate la noile realități, fie încadrarea lor în categoria anglicismelor este pusă sub semnul întrebării. În acest scop este foarte importantă distincția dintre între originea (etimologie directă) și cea franceză (ex: *lider* engl., fr. „leader”; *miting* engl., fr. „meeting”) și uneori cea germană (*boiler* germ. „boiler”) sau rusă (*conveier* engl. „conveyer”, rus. „konveier”). Atunci când această distincție este imposibil de realizat datorită lipsei indiciilor formale sau a celor semantice, trebuie făcută o distincție între anglicismele care au etimologie unică și cele cu etimologie multiplă (franco-engleză, anglo-rusească, anglo-germană). Un fapt cu aceeași importanță îl reprezintă distincția dintre *anglicismele veritabile* și *pseudoanglicisme*. **Pseudoanglicismele** (false anglicisme) sunt „cuvinte create în alte limbi prin combinarea unor teme și elemente formative împrumutate din limba engleză”². Astfel cu ajutorul lui *man=om*, după modelul unor anglicisme adevărate (*gentleman, sportsman*), au fost formate în limba franceză cuvinte ca *tenisman, recordman* etc. În locul acestora, limba engleză folosește unități frazeologice cum ar fi *tennis player*= „jucător de tenis”, *record holder* = „deținător de record”. În limba română unele din aceste pseudoanglicisme au primit forma cât mai apropiată de cea care ar fi trebuit s-o aibă în limba engleză: *tenismen, recordmen*.

Această problemă a etimologiei constituie un argument puternic pentru lipsa unor anglicisme din dicționarele de limbă franceză, deși ele sunt folosite de publicisții francezi și pot constitui astfel o sursă pentru limba română. În multe cazuri în care anglicismele au etimologie multiplă și, în mod special anglo-franceză, se observă o concurență stabilită între cele două surse. Acest lucru este vizibil atât în cazul unor cerințe înrudite (*summit* engleză, *sommet* franceză), dar și în cazul cuvintelor neînrudite (*computer* engleză și *ordinateur* franceză). În ambele situații se observă supremația limbii engleze din această perioadă prin folosirea mai frecventă a termenilor *summit, computer*, fără ca celelalte să fie excluse complet (*sommet* apare în unele publicații sau în transmisiunile televizate).

Mioara Avram remarcă un alt lucru interesant din punct de vedere etimologic și anume acei termeni din limbajul comercial, care sunt formați prin combinarea unui anglicism cu un cuvânt de altă origine. În această categorie se includ următoarele exemple:

- compusul *PC-Tish* [pi'si,tiș] = „masă pentru calculator” (compunere între un anglicism și un termen german)
- produsul *kinder-surprise*, care este auzit la televizor cu pronunția [ˈkindăr sur'praiz]
- firma *Pizza-Hut*, care conține cuvântul *hut* neștiindu-se dacă este un termen englezesc „hut”= cabană, colibă sau un termen german și atunci „hut”= pălărie
- firma *Mega-Vision* care este citită de unii [megavizi'on] sau [mega'vijän]

După același model se întâlnesc astfel de compuse realizate între un cuvânt românesc și unul străin. Pentru a da un aer internațional unor firme s-au ales ca nume unii termeni hibridi, formați din

¹ Avram, Mioara, *Anglicismele în limba română actuală*, Ed. Academiei Române, București, 1997, p. 11.

² Hristea, Teodor, *Sinteze de limba română*, ediția a II a, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 1981

cuvântul englezesc *bank* [bænk] =bancă și un cuvânt românesc. Un astfel de exemplu ar putea fi *Columna Bank*, format din rom. *columnă* și engl. *bank*.

Analiza de față pornește de la constatarea că lucrările românești consacrate influenței engleze nu au acordat suficientă atenție semanticii împrumuturilor, deși acest aspect al procesului de asimilare interesează deopotrivă lexicologia, lexicografia și lingvistica normativă.

Anglicizarea actuală a unor limbi, deși 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.