

ANGLICISME RECENTE ÎN TERMINOLOGIA ECONOMICĂ ACTUALĂ

Fiind segmentul cel mai recent al neologismelor [1] din limba română, anglicismele de lux sunt adesea definite ca împrumuturi inutile [2] deoarece ele sunt motivate doar printr-o serie de factori [3] ca: snobism lingvistic, veleitarism intelectual, insuficienta capacitate de a gestiona rezervele semantico-stilistice ale limbii. Astfel, există tendința de a înlocui termeni vechi ai limbii sau chiar neologisme deja adaptate cu termeni de origine engleză care intră în categoria cultismelor [4], neglijându-se „diferența specifică” [5] dintre ele.

„Ceea ce interesează nu este necesitatea intrării în limbă a unor anumite anglicisme, ci necesitatea prezenței lor într-un anumit text.” [6]

Prezența constantă a acestor anglicisme s-ar putea justifica, prin urmare, în textele de specialitate însă numai în condițiile în care ele nu pun în pericol receptarea și înțelegerea mesajului. Pornind de la această idee, încercăm să propunem o divizare a categoriei anglicismelor de lux în utile și inutile

Așadar, anglicismele de lux, fiind o marcă a mediului socio-profesional, oferă vorbitorului posibilitatea, pe de o parte, de a sintetiza mesajul în cazul în care echivalențele din limba română sunt prea lungi, iar pe de altă parte, de a-și întreține și extinde cunoștințele profesionale pentru contactele cu surse externe (anglicisme de lux utile). Însă, chiar și în mediul strict profesional, cultismele nu se pot justifica dacă ele constituie dublete pentru cuvinte sau unități frazeologice deja existente în română [7] (anglicisme de lux inutile). Majoritatea lor o constituie substantivele și din punct de vedere morfologic, ele beneficiază de caracteristicile acestei clase ca orice alt substantiv (ne referim la marca pluralului). Am înregistrat variante de ortografiere acolo unde este cazul și derivate sau compuse de la aceste baze. Vom prezenta în continuare astfel de anglicisme înregistrate în revistele glossy cu profil economic (care vizează și domeniul comunicării), și monden domeniile cele mai dinamice din limbă.

Anglicisme de lux utile sunt acele anglicisme de lux care își păstrează caracteristicile - adică sunt neadaptate din punct de vedere ortografic, fonetic și chiar semantic - dar sunt folosite în limbajul curent deoarece folosirea lor este mult mai practică și eficientă. Deși poate exista o variantă de echivalare în limba română, formele etimologice sunt preferate deoarece implică o mai mare acuratețe a exprimării în anumite contexte.

retail - în MDTI “vânzare cu amănuntul”; în Webster’s: n. the sale of commodities or goods in small quantities to ultimate consumers; the industry of such selling”; în DB: the final stage of the commerce in the selling of goods or services to the ultimate consumer.” Totuși **retail** se folosește cu succes nu numai în comerț, ci și în domeniul bancar [8] unde această echivalență ar fi cu totul neinspirată (bancă de vânzare cu amănuntul). Poate să apară și în compuși - **electroretail** sau **e-retail** [9] - sau construcții frazeologice. Același lucru este valabil și pentru **retailer**.

*Aradul este deja legendar cu cele șapte centre comerciale, fie că sunt mall-uri sau **parcuri de retail**.* (286)

*Pe **retail** băncile sunt mai prudente.* (287)

*În privința **retailului** problema este alta.* (293)

*Minea (este) coproprietar al procesatorului/**retailerului** de care Angst.* (294)

*Două dintre domeniile vizate ar fi **electroretailul** și **retailul** de îmbrăcăminte.* (486)

*M. Skopek (e) responsabil pentru **retail** și **private banking** [11] și J. Andronie pentru **corporate banking**.* (620)

*Cum se vede că merge economia din perspectiva **retailerului** Flamingo? (656) [10]*

logo – înregistrat în MDTI ca „element grafic reprezentativ pentru o companie sau un brand al cărui scop este de a fi imediat recunoscut atunci când este văzut; siglă.”. În practică, în telefonia mobilă *logo* reprezintă emblemele care pot fi descărcate prin accesare prin sms.

Cum va fi afectat site-ul al cărui logo este un crocodil ? (309)

Sunt sculptor de profesie însă lucrez în advertising, logo, branding, corporate identity. (1024)

În 1901 este introdus logo-ul „ecvestru” Burberry. (2180)

Sunt disponibile în alb, roz, negru, toate cu un logo discret Givenchy. (2837)

coaching – neînregistrat; este o formă nominală în română provenită din participiu prezent în engleză al verbului **to coach** – a antrena, a pregăti. În română este folosit în domeniul resurselor umane mai ales cu sensul de pregătire profesională. Legat de el este și *coach* – instructor pentru cursuri profesionale

Temele sunt legate mai ales de coaching. (79)

Sistemul (...) oferă celui care este coach un set de instrumente foarte utile în acest proces. (181)

În cadrul procesului de coaching putem să identificăm aceste resurse la alte persoane. (182)

training – înregistrat în MDN numai cu sensul de „antrenament” și nu cu sensul folosit în domeniul resurselor umane conform explicației din MDTI: „Proces sistematic de învățare a adultului în scopul dobândirii de noi cunoștințe, abilități și atitudini necesare îndeplinirii mai eficace a atribuțiilor unui anumit post, prezent sau viitor. Stagii/ cursuri de perfecționare (continuă) a activității profesionale a personalului firmei; instruire”. De asemenea, **trainer** și compusul **co-trainer** sunt foarte frecvent folosite pentru instructor de pregătire profesională. Poate fi sinonim cu **coaching/coach** (supra)

Colegii din echipa de management sunt expuși la traininguri extrem de interesante. (80)

Pentru a fi buni profesioniști am învățat ani de zile la școală, liceu, facultate, în masterate sau MBA-uri...am făcut training intern. (180)

În ecuație își vor face loc firmele de training și coaching. (872)

(E) proiectul cu care fetele s-au înscris într-un program de training online al agenției de publicitate McCann. (1170)

Mai târziu (ea) a lucrat pentru o fundație unde era co-trainer. (1435)

holding – înregistrat în MDN ca „formă de monopol care subordonează diferite unități prin controlul asupra participanților de către o societate anonimă pe acțiuni.” Poate fi echivalat cu „societate de portofoliu” sau „consorțiu” [12] dar „holding” este mai sugestiv.

A fost Karbon Invest, holding ce deținea controlul în principalele două societăți de minerit cehe. (334)

Humanic este un brand al holdingului Leder&Schuh. (480)

Omul de afaceri C.Burci (..) a cumpărat 49% din holdingul feroviar Friulexport. (729)

(Gică Popescu) un pionier care deține un holding alcătuit din zece firme. (854)

freelancer – în MDTI „o persoană care lucrează pe cont propriu, fără a fi angajatul unei firme; liber profesionist”. Trebuie totuși menționat că în timp ce în română echivalarea cu „liber profesionist implică un anumit tip de meserii (domeniul muzical, artistic etc.); sensul cu care este folosit acest anglicism păstrează conținutul semantic din engleză (liber profesionist în domeniul scrisului etc.). În practică există variante ortografice (infra).

Voicu Bojan, fotograf freelancer este editor și traducător. (1118)

Își câștigă existența ca free-lancer pe la diverse reviste de femei. (1661)

Știu că ați lucrat ca freelancer pentru (...) reviste de fashion. (2130)

Am început să lucrez ca free-lancer în mai multe domenii: make-up și consultanță, asistență fotografie, presă scrisă. (2310)

Asta înseamnă că trebuie totuși să fac un tour de magie (...) și să lucrez la cărțile mele mediocre, să încerc să le vând și - nu în ultimul rând - ca ziaristă free lancer. (3772)

Eu sunt freelancer (...) mai fac și art design ... Dar cred că în România poți trăi din freelancing. (333)

Majoritatea elementelor prezente în corpusul analizat reprezintă împrumuturi de lux inutile deoarece limba română are deja la dispoziție resurse semantico-stilistice prin care poate suplini folosirea lor oarecum abuzivă. Am luat în considerare doar câteva din anglicismele pe care le-am regăsit pe o arie cât mai largă de distribuție în revistele glossy consultate.

advertising (s.) – este înregistrat în MDTI[13] cu sensul „reclamă, publicitate, inserare de anunțuri”. În Webser’s definiția cuvântului este: noun (1782) 1. the action of calling something to the attention of the public especially by paid announcements; 2. advertisements. Din aceeași familie face parte **advertiser** – „orice persoană fizică sau entitate care cumpără spațiu de publicitate” [14]. Există și frazeologisme în componența cărora poate intra acest anglicism. Deși poate fi echivalat în limba română, tendința mediilor profesionale este de a folosi acest anglicism deoarece la ora actuală termenul implică conotații mult mai ample decât simpla echivalență.

*Datorită modului în care **advertisingul** evoluează (...) cifra de afaceri este din ce în ce mai puțin relevantă.*

*A devenit evident (...) că în ultimul timp controlul începe să se mute din mâna **advertiserilor** și mediilor în cea a consumatorului.*

*Vorbim aici în principal de **display advertising** și nu de **search advertising**.*

***Search advertisingul** (este) o formă de publicitate sinonimă pentru unii cu rivalul Google.*

*Domeniile în care se investesc cele mai mari sume (sunt) reprezentate și în topul celor mai importanți **advertiseri**.*

start-up – înregistrat în MDTI ca „societate nou înființată” oferă o informație mai precisă despre stadiul activității unei firme. Dar este folosit ca sinonim pentru **business**, deja asimilat sau cu **afacere** dar și cu **firmă, companie**.

*Pentru **business**, este un fost **start-up** al cărui acționar majoritar se poate gândi că în trei-patru ani va intra pe break-even.*

*Jumătate din **start-up-urile** din Silicon Valley au ca fondator un imigrant sau un american la prima generație.*

leadership – în MDN „funcție, poziție de lider”; în MDTI „capacitatea managerului proiectului de a-i determina pe membrii echipei de proiect să îl urmeze în realizarea obiectivelor, pe baza unei puternice implicări afective și operaționale.”

*Unii oameni se nasc lideri, iar educația **leadership-ului** este doar o muncă de rafinare a talentului.*

*„Lidero”, primul proiect editorial dedicat **leadership-ului** românesc, realizat de MONEY EXPRESS, a cărui lansare va avea loc săptămâna viitoare, va fi subiectul unor serii de dezbateri la Money Channel. P. Numele lui Welch a fost invocat frecvent, uneori fără ca măcar să fie vorba de **modele de leadership** în businessul internațional.*

deadline – în MDTI înregistrat ce „momentul la care trebuie finalizată o activitate și obținute o serie de rezultate; scadență, termen, dată limită.”

***Brieful** era foarte concret și la obiect și cu **deadline** în scurt.*

*A. T. Kearney ar avea o capacitate mai bună de a impune **deadline-uri** strânse subcontractorilor.*

*Era un punct de **deadline**.*

***Deadline-ul** mi l-am depășit de săptămâna trecută.*

real estate – în MDTI „imobiliare, sintagma care cuprinde atât pământul cât și activele fixe aflate pe acestea, inclusiv clădirile.”

*El nu mai e doar un om de afaceri cunoscut în principal mulțumită investițiilor în **real-estate**.*

*Sunt principalii parteneri pe partea de **real estate**.*

*Toată lumea a vrut să investească în **real estate**.*

*Află despre viitoarele evoluții imobiliare din cel mai detaliat raport de piață editat de adevărați specialiști în **real estate**.*

yield – în MDTI „1. randament al unei investiții 2.renunțare; 3.a ceda; 4. a raporta”

Peste 60% din producție (este) reprezentată de cărbunele de tip superior care generează cele mai mari yield-uri.

*Pop a calculat randamentul tranzacției pe baza unor chirii medii pe care le-ar fi putut percepe dacă ar fi păstrat clădirile în administrare, un **yield** cât mai scăzut fiind sinonim cu valoarea ridicată plătită de cumpărător.*

board – în MDTI „consiliu de conducere al unei companii sau organizații”

*De două ori pe an **boardul** a evaluat candidații..*

*Welch s-a hotărât: l-a recomandat **boardului** pe Jeff.*

*Costurile companiei se explică prin faptul că **board-ul** nu se implică la nivel decizional.*

*Un bun manager HR trebuie să fie orientat spre companie (...) să reușească să convingă „**board-ul**” să adopte strategia propusă.*

*Societatea avea două **board-uri**: unul american și unul francez.*

publisher – în MDTI „persoană sau instituție implicată în industria de editare”

*(Rețeaua) funcționează ca o bursă a reclamelor pentru **publisherii** și clienții de publicitate din online.*

***Publisherul** polonez Agora se pregătește pentru migrația anunțurilor de mică publicitate.*

*Ceea ce am intuit a fost confirmat chiar de **publisher-ul** revistei.*

resort – în MDTI „loc pentru relaxare și recreare; stațiune”

*T. Sebeșanu consideră că **un resort** (...) este imposibil de dezvoltat pe o suprafață mai mică.*

*Va fi un **brand (hotelier) de resort** de cinci stele.*

*Casa Bulgari a deschis primul hotel și primul **resort** în Bali.*

NOTE

1. M. Picone, *Anglicisms, Neologisms and Dynamic French*, p. 3:” A neologism is any new word, morpheme or locution and any new meaning for a preexistent word, morpheme or locution that appears in a language. Clearly then, any borrowing from English that constitutes a new word, morpheme or locution is not only an Anglicism in French but also, by accepted definition, a neologism.”
2. M. Avram, *Anglicismele*, p. 13 respinge această etichetare „subiectivă și riscantă în același timp, necesitatea variind în funcție atât de individ cât și de perioadă.”
3. A. Stoichițoiu Ichim, *Vocabularul*, p.96-95
4. L. Guilbert, *La creativite lexicale*, Larousse, Paris, 1975, p. 93, precizează că „un xenism este un termen străin care va rămâne mereu străin”. Echivalente sinonimice pentru acest termen sunt *peregrinism*, cf. L.Deroy, *L'emprunt linguistique*, 1980, p. 224; *barbarism*, cf. S. Pușcariu, *Limba română I. Privire generală*, Editura Minerva, București, 1976, p.372; *străinisme sau cuvinte aloglote*, cf. M. Avram, *Anglicismele în limba română actuală*, EAR, p.11, *cuvinte străine*, P. Giuraud, *Les mots etrangers*, PUF, Paris, 1975, p.7
5. M. Picone, *Anglicisms, Neologisms and Dynamic French*, p. 3
6. V. Guțu Romalo, *Corectitudine și greșeală*, *Limba română de azi*, București, Humanitas educațional, 2002, p. 141 afirmă: „...Eroare a cărei origine o constituie efortul de a se exprima cât mai literar (și pe care o putem numi cultism), rezultă din înlocuirea unui cuvânt vechi, considerat „banal”, printr-un neologism parțial sinonim cu acesta, înlocuire care presupune neglijarea diferențelor existente între cele două sinonime ...”
7. M. Avram, *Anglicismele*, p. 13 menționează în continuare: ”Nu mă sperie deci inventarul anglicismelor atestate vreodată în română, ci numărul de anglicisme din unul și același text, excluzând, bineînțeles limbajele de specialitate.”
8. A. Stoichițoiu, *Vocabularul*, p. 95; aceeași idee la M. Avram, *Anglicismele*, p. 13
9. Cf.G. Klein, *Dictionary of Banking*
10. Posibil creații ale limbii române după modelul englezesc: electronic mail/ e-mail; electronic trade/ e-trade; electronic banking/ e-banking etc.
11. Explicații detaliate despre tipurile de servicii oferite de aceste bănci în *Dictionary of Banking* (DB), p.246, p. 272
12. Explicații ample în *Dicționarul complet al Economiei de piață*, p. 307-308

12. Termenii enumerați nu sunt neînregistrați în MDN sau nu beneficiază de toate sensurile cu care circulă în limbă.
13. M. Marinescu, M. Popa, *Mic dicționar de termeni internaționali intrați în uzul limbii române*, Editura Vremea, București, 2007 (MDTI)
14. cf.MDTI

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

- Picone, Michael (1996), *Anglicisms, Neologisms and Dynamic French*, Philadelphia, John Benjamin Publishing Company
- Avram, Mioara (1997), *Anglicismele în limba română actuală*, București, Editura Academiei Române
- Stoichițoiu Ichim, Adriana (2001), *Vocabularul limbii române actuale. Dinamică, Influențe. Creativitate*, București, All
- Guilbert, Louis (1975), *La creativite lexicale*, Paris, Larousse
- Guțu Romalo, Valeria (2002), *Corectitudine și greșeală, Limba română de azi*, București, Humanitas educațional
- Klein, Gerald (1995), *Dictionary of Banking*, Glasgow, Prentice Hall
- Marinescu, Mihaela, Popa, Marius (2007), *Mic dicționar de termeni internaționali*, București, Vremea
- Pușcariu, Sextil (1976), *Limba română I. Privire generală*, București, Editura Minerva
- ****Dicționarul complet al economiei de piață* (1994), București, SMM Business Books
- Business Woman*, mai, iunie, 2008
- Money Express*, mai, iunie, 2008
- Business Magazin*, mai, iunie, 2008
- Esquire*, mai, iunie, 2008

ABSTRACT

Many words or phrases borrowed from English during the last decade are unadaptated loan-words which prove to have a wide circulation mainly in specific terminologies. They either have a Romanian equivalent which is rendered by a phrase too difficult to insert in various lexical contexts or they do not have a proper equivalent to cover the meaning of the English lexical unit. Denotative English borrowings are represented by words belonging to various terminologies. Such words are imported by the borrowing language with no alteration of the initial lexical unit from the lending language. On the one hand, they denote realities from various fields of activity which employ such words for a greater accuracy and concision in expressing ideas and on the other hand, such words become a dynamic feature of professionals' proficiency in the respective field. Such words belong to business environment and they are not recorded in MDN.