

## ROMGLISH OR HOW ENGLISH INFLUENCES CURRENT ROMANIAN, WITH EXAMPLES FROM BUSINESS ENGLISH

Camelia Alibec

Lecturer, PhD, "Mircea cel Bătrân" Naval Academy of Constanța

*Abstract: The Romanian language, as any other language, is subject to alterations, borrowings and permanent changes. Therefore is a dynamic language, not static, "altered" by foreign influences. If we strictly refer to the words from the English language (or Anglicisms as they are called) one can say that they have had a positive influence, as they have helped to its permanent freshening, with new semantic and stylistic nuances, implicit to the update of the vocabulary. The essence of a language is to permanently renew, therefore the borrowings from other languages represent an aspect of the linguistic creativity, determined by cultural, social and functional necessities. The present paper will present some frequent Anglicisms in Romanian, mostly those from the business field.*

*Keywords: anglicisms, borrowings, Romglish, business English.*

Limba română este de ceva vreme expusă unei reale ofensive a limbii engleze. Întrebarea care se pune este dacă această ofensivă este benefică sau dăunătoare. Unii o consideră dăunătoare și privesc această invazie de termeni din limba engleză sau anglicisme, cum se mai numesc, ca pe o amenințare nu numai la identitatea limbii române cât și la conștiința lingvistică a vorbitorilor acestei limbi. Alții o văd benefică, mai ales prin prisma faptului că engleza este limba globalizării, a computerelor, a științei și cercetării, a relațiilor internaționale, a mediului de afaceri, a celor care străbat mările și oceanele lumii. Cu alte cuvinte, abilitatea de a comunica în limba engleză a devenit un „must” în era globalizării și implicit pentru nativii români.

În conformitate cu DEX anglicismul este „o expresie specifică limbii engleze, cuvânt de origine engleză împrumutat, fără necesitate, de o altă limbă și neintegrat în aceasta”.<sup>1</sup> Mioara Avram consideră că „anglicismul este un tip de străinism sau xenism, care nu se restrânge la împrumuturile neadaptate și/sau inutile și este definit ca: 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”<sup>2</sup>. Adriana Stoichițoiu Ichim, folosește termenul anglicism pentru „împrumuturi recente din engleza britanică și americană, incomplete 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)”<sup>3</sup>. Carmen Vlad, consideră anglicismele „cele mai recente împrumuturi, care se disting prin slaba adaptare la sistemul morfologic și fonologic al limbii române și care prezintă fluctuații în grafie și pronunție”<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup>Dexonline.ro

<sup>2</sup>Avram, 11.

<sup>3</sup>Stoichițoiu, 83.

<sup>4</sup>Vlad, 34.

Indiferent de definiția atribuită anglicismului putem afirma că aceste împrumuturi din limba engleză ajută la îmbogățirea limbii române și măresc capacitatea de schimbare continuă și forța de a numi aspecte ale realității lumii înconjurătoare. Această „anglicizare” a limbii române nu ar trebuie privită ca pe o amenințare, mai degrabă ca pe un proces pozitiv, un fenomen care asigură o adaptare rapidă a limbii române la contemporan.

Tehnologia informatică (IT) este suportul universal la globalizării. Internetul, una din cele mai mari invenții ale secolului XX, este un instrument global de comunicare și informare care apropie oamenii planetei și îi aduce împreună într-o rețea comună. Engleza este limba internetului și deci putem vorbi de imperialismul limbii engleze într-o lume globalizată. Globalizarea se exercită cu viteza luminii prin folosirea instrumentelor de comunicare ale internetului precum Google, Yahoo, Gmail, Facebook, Twitter etc. Toate aceste instrumente folosesc limba engleză propagând o explozie lingvistică anglofonă și anglofilă la toate nivelurile. Această influență a limbii engleze nu se exercită numai asupra limbii române, este o influență globală care își pune amprenta și asupra altor limbi, dar cu o intensitate diferită, în funcție de cultura, civilizația și mentalitatea pe care o exprimă fiecare limbă. Unele sunt rezistente la ofensiva limbii engleze și a influențelor externe în general, a se vedea limba franceză, iar altele sunt avide de a participa activ la fluxul internațional de comunicare. România face parte din noul umanism european, în care multilingvismul și multiculturalismul sunt căi rapide de integrare în diversitatea europeană.

Termenul romgleză (Romglish) a apărut în media românească pe la sfârșitul anilor '90 și etichetat sub această denumire de academicianul Eugen Simion, membru notabil al Academiei Române, probabil luând ca model binecunoscutul termen francezesc „franglais” care aparține lui René Etiemble, autorul faimosului eseu intitulat „*Parlez-vous franglais?*”. Într-un articol de ziar din 2001, Simion se referă la romgleză ca fiind „*un jargon intolerabil care tinde să se împrăștie ca râia și să prostească, să urâtească limba*”<sup>5</sup>. Această hibridizare între cele două limbi este folosită atât de lingviști, care în general privesc cu reticență acest termen, cât și de non-lingviști, cum ar fi actorii politici și birocratii în diferite contexte internaționale. Această etichetă a fost și este folosită în special ca să desemneze acele cazuri care sunt percepute ca împrumuturi excesive sau pentru adaptarea unor elemente lexicale din engleză în română (ex. calc lingvistic). Folosirea frecventă a termenului romgleză în media și nu numai, indică faptul că există o tensiune crescândă între omogenitatea lingvistică a unei națiuni și hibridizarea impusă de globalizare<sup>6</sup>. (Park 2010).

Influența unor limbi asupra altora are loc la toate nivelurile (lexical, morfologic, semantic, fonetic) și are ca punct de plecare componenta lexicală a limbii, prin urmare cele mai multe interferențe se observă la nivelul vocabularului. La ora actuală, limba română este inundată de termeni din limba engleză în multe câmpuri lingvistice, dar domeniile puternic afectate sunt cele economic și IT. Romgleza combină elemente din română și engleză, rezultând un jargon tehnic, cuvintele englezești fiind folosite în domenii precum IT, marketing sau management. Acest lucru se datorează faptului că în aceste zone expunerea la limba engleză este mult mai mare, deoarece limba română nu are în componența vocabularului cuvinte care să exprime aceleași înțelesuri ca în limba engleză, prin urmare, foarte firesc apare romgleza. Acest lucru contribuie la o înprospătare și o modernizare permanentă a jargonului tehnic sau economic. Limbajul economic are avantajul că interferează cu alte limbaje specializate, astfel se permite o migrare a termenilor de la un domeniu la altul, care pătrund în diverse terminologii

<sup>5</sup>Simion, 3.

<sup>6</sup>Park, 61.

sau sunt preluați în vocabularul uzual. Limba engleză este mult mai influentă la nivel terminologic, prin urmare se produc modificări la nivelul vocabularului general.

La o privire de ansamblu asupra termenilor economici preluați din engleză am putea enumera o parte dintre ei cu un grad de frecvență destul de mare precum: *advertising, blog, board, broker, brand, business, corporate, deadline, dealer, discount, dumping, executive, job, joint venture, leasing, low cost, marketing, manager, management, team building* etc. Majoritatea acestor termeni de origine engleză nu au echivalente în limba română (*manager, broker*), fiind împrumutați împreună cu realitățile pe care le denumesc. Foarte mulți dintre acești termeni au intrat și în noul DOOM (Dicționarul ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române) cu forme articulate (*lobby*, art. *lobby-ul*; *dumping*, pl. *dumpinguri*; *dealer*, pl. *dealeri*; *manager*, pl. *manageri*, etc.). Alți termeni precum *retailer* nu apare în DOOM, dar este înregistrat în DCR (Dicționarul de cuvinte recente) cu sensul de „companie care activează în domeniul comerțului cu amănuntul”. Acest cuvânt este privit ca un anglicism necesar din cauza înțelesului său strict economic care nu permite înlocuirea sa cu un sinonim românesc adecvat<sup>7</sup>. Cuvântul *leader/lider* poate apărea cu scriere dublă, de cele mai multe ori fiind scris în forma din engleză, dar apare și conform cu normele limbii române „Firma chineză a reușit să depășească Samsung, care a fost *lider* în China timp de doi ani” (Capital 26, 14). Pentru headquarters, româna are un termen specific *sediu central* care se potrivește perfect cu cel englezesc. *Management* este unul dintre termenii bine înrădăcinați în română, care denotă știința de a organiza și a conduce companii și apare în dicționarele mai sus menționate.

Romgleza este folosită în corporații în domeniul cercetării precum și în comunicarea cu ceilalți colegi. Deoarece aceste două aspecte sunt prevalente în oricare corporație, este natural să împrumuți anumite cuvinte care aparțin jargonului tehnic din simplul motiv că aceste cuvinte exprimă mai precis și mai rapid anumite înțelesuri. Cu toate acestea, aceste împrumuturi trebuie făcute conștient și să nu denatureze sensul cuvintelor din limba română. Un exemplu în acest sens ar fi expresia *suportarea clienților/ client support* care se referă de fapt la ajutorarea clienților și nidecum la suportarea lor care are o conotație negativă.

Domeniul economic cuprinde numeroase anglicisme care au pătruns în limba română și pe alte căi, cum ar fi din franceză, italiană și latină. Anglicisme de origine franceză: *barter* (barater), *issue* (eissue), *task* (tasche), *target* (targette), *trainer* (trahiner), *summit* (somet). De origine italiană: *manager* (maneggiare) and *cash* (casa). De origine latină: *office* (officium), *project* (proiectare). Și nu în ultimul rând cele de origine britanică: *business, brand, board, broker, dealer, know-how, skill, etc.*

Urmând teoria de adaptare a anglicismelor a lui Filipovic<sup>8</sup>, se poate observa că în ceea ce privește ortografia, acești termeni denotă un grad ridicat de asimilare. În funcție de frecvența cuvântului împrumutat, ortografia și pronunția sunt identice cu limba din care provin. Acest proces de adaptare a fost accelerat și de faptul că vorbitorii români au îmbrățișat aceste cuvinte ca atare fără nici o dificultate. Cuvinte precum *audit, barter, grant, holding, manager, management, marketing, sponsor* au fost adoptate rapid chiar și de persoanele care nu au cunoștințe de limbă engleză.

Pentru mulți români, terminologia profesiilor este mai interesantă dacă este folosit termenul englezesc în locul echivalentului românesc și astfel aceste cuvinte împrumutate sunt folosite ca atare fără nici o modificare în structura lor: *account manager, sales manager, brand manager, marketing manager, PR manager*; de asemenea departamentele păstrează denumirile

<sup>7</sup>DCR, 456.

<sup>8</sup>Filipović, 27.

englezești: Corporate Affairs, Controlling Department etc. Termenii economici preluați din engleză sunt folosiți de un public specializat care este în permanență la curent cu noile modificări din domeniu.

În concluzie, anglicismele reprezintă o realitate și sunt o dovadă vie a evoluției limbii. Aceste împrumuturi nu au determinat o alterare a limbii, din contră, au contribuit și contribuie la o permanentă reînprospătare și modernizare a vocabularului. Contrar faptului că problema anglicismelor a fost intens analizată în ultimile două decenii, încă sunt interesante din punct de vedere lingvistic, în special cele din domeniul afacerilor și computerelor. De asemenea, împrumuturile din engleză, precum cele menționate anterior, sunt un semn de internaționalizare a vocabularului limbii române, în timp ce respingerea lor ar constitui o manifestare de auto izolare. În consecință, anglicismele constituie o caracteristică a spațiului românesc contemporan care implicit afectează limba română în întregul ei<sup>9</sup>.

## BIBLIOGRAPHY

1. **Avram, M.**, 1997. *Anglicismele in limba romana actuala*. Editura Academiei Romane, Bucuresti.
2. **DOOM**, 2005. *Dicționarul ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române*. Editia a II-a, Editura Univers Enciclopedic.
3. **DCR**, 2013. *Dicționar de Cuvinte Recente*, Editia a II-a, Editura Logos, Bucuresti.
4. **Filipović, R.**, 1990. *The English Element in European Languages*. Vol. 3, University of Zagreb, Zagreb, Croatia.
5. **Park, J.**, 2010. *Language games on Korean: between globalization, nationalism and authority* in *Ideologies and Media Discourse*, Continuum, London.
6. **Pârlog, H.**, 2004. *Recent Anglicisms in Romanian*, *Worlds of Words - Nordic Journal of English Studies* 3(1), 207-217.
7. **Simion, E.**, 2001. *Tot despre Romgleza*. Ziarul Curentul, 6 iunie, p. 3.
8. **Stoichițoiu-Ichim, A.**, 2001. *Vocabularul limbii române actuale: dinamism, influente, creativitate*. Editura All, București.
9. **Stoichițoiu-Ichim, A.**, 2006. *Aspecte ale influenței engleze în româna actuală*. Editura Universității, București.
10. **Vlad, C.**, 1974. *Limba română contemporană. Lexicologie (curs)*, Cluj, Universitatea Babeș-Bolyai.

---

<sup>9</sup> Pârlog, 207.