ROMGLISH AS A SPECIFIC FEATURE OF THE MEDIATIC LANGUAGE NOWADAYS

Mihaela Mureşan
Assoc. Prof. PhD., Babeș-Bolyai University of Cluj-Napoca

Abstract: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.The mixture between the Romanian language and the English vocabulary represents a feature of the current mediatic 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 mediatic language as being a familiar one, extremely accessible. The study underlines not only the trends in journalistic language, but also the real aspects regarding the general language evolution, aspects imposed by common speakers and by trend.

Keywords: Romglish, mediatic language, anglicisms, linguistic fashion

Limba română are o dinamică aparte, actuală și actualizată în acord cu tendințele vorbitorilor ei. Caracterul preponderent fonetic al limbii române, dorința vorbitorilor români de a marca atât genul substantivelor, precum și formele de plural sau de singular, principiul economiei de limbaj (ce generează configurarea unui mesaj cât mai clar redat prin cât mai puține cuvinte/litere), împrumuturile lexicale din alte limbi, moda lingvistică actuală, necesitatea de a exprima realități extralingvistice noi, toate aceste cauze devin „izvoare” ale dinamicii limbii. Dinamica limbii române reflectă întru totul tendințele vorbitorilor ei și acestea din urmă sunt vizibile, putând fi detectate sau reperate cu ușurință în limbajul mediatic românesc. Indiferent de tipul publicației, indiferent de tematica articolului sau de domeniul de interes, limbajul de presă reflectă dinamica limbii române, care marchează fondul comun de cunoștințe din procesul unei comunicări reușite. Astfel, limbajul mediatic adoptă algoritmii de alcătuire ai limbajului curent, cel „de toate zilele”, folosit de vorbitorii români.

În cadrul acestui limbaj curent se întâlnesc numeroase cuvinte de proveniență străină care au fost pe deplin asimilate în structurile limbii române. Ele s-au adaptat, în principal, normelor ortografice și fonetice ale limbii române. Aceste cuvinte adaptate și asimilate în vocabularul limbii române pot fi numite împrumuturi „românizate”. Este firească această transformare a cuvintelor, care aderă la vocabularul limbii române și ajung să îmbogățească gama neologismelor.

Procesul de „românizare” a termenilor străini recent intrați în fondul lexical necesită timp, iar cuvintele provenite dintr-o altă limbă trec prin mai multe etape înainte de a fi incluse în lexicul limbii române. Pentru a înțelege mai bine acest fenomen, se poate observa faptul că denumirile date sporturilor de echipă constituie exemple elocvente: termenul „fotbal” provine de la englezescul „football”, „handbal” provine de la englezescul „handball”, iar „baschet” provine

BDD-V5202 © 2018 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:54:51 UTC)

de la englezescul „basketball”. Un alt exemplu este termenul „ruj” care provine de la franţuzescul „rouge”. De asemenea, cuvântul „speranță” are drept sursă de proveniență italienescul „speranza”. Cuvinte precum „muşteriu”, „sarma” sau „papuc” provin din limba turcă.

Este binecunoscut faptul că în limba română au pătruns termeni proveniți din alte limbi (engleza, franceza, rusa, italiana, portugheza, maghiara, spaniola, greaca sau turca). Unele cuvinte au fost adaptate perfect vocabularului limbii române, alți termeni sunt în curs de „românizare”, iar alte străinisme s-ar putea să nu fie niciodată acceptate de norma literară, fie ele „crude” sau transformate în acord cu tendințele vorbitorilor. Pătrunderea cuvintelor străine în vocabularul limbii române a fost influențată de contextul istoric, social, politic, economic sau cultural. Totuși, putem vorbi despre contextul istoric și despre cel psiho-socio-cultural ca elemente esențiale în ceea ce privește schimbările survenite în interiorul limbii române, contexte care oglindesc realitatea spațiului românesc de-a lungul timpului.

Influența limbii engleze generează, la nivel mondial, un nou context lingvistic, în care numitorul comun al vorbitorilor este această limbă. Din această perspectivă, putem observa configurarea unei globalizări la nivel lingvistic și acest fapt influențează profund vocabularul vorbitorilor români, marcând într-un alt mod dinamica limbii române. Invazia de anglicisme în fondul lexical românesc devine o tendință extrem de accentuată a vorbitorilor. Anglicismele sau englezismele devin termeni utilizați frecvent în limbajul comun și în cel mediatic românesc.

În „Dicţionarul explicativ al limbii române”, termenul de anglicism are următoarea explicaţie: „Expresie specifică limbii engleze; cuvânt de origine engleză împrumutat, fără necesitate, de o altă limbă şi neintegrat de aceasta”.

„În lingvistica limbilor în contact, în perspectiva multilingvistului, în ultimele două decenii este considerat anglicism << fiecare cuvânt preluat din limba engleză care desemnează un lucru sau un concept care aparţine civilizaţiei englezeşti; un astfel de cuvânt nu trebuie să fie de origine (proveninţă) englezească dar trebuie să fi fost adaptat în limba engleză şi integrat în vocabularul englez >> (apud Filipovic, 1990, p.17)” (Ciobanu, 1996, p.4).

Publicaţiile pentru femei, presa sportivă şi cea economică înregistrează cele mai multe anglicisme apărute recent în limba noastră, unele fiind neatestate în $DOOM_2$, DN_3 sau MDN.

Influența limbii engleze asupra lexicului limbii române tinde să se amplifice. În prezent, se observă că din nicio altă limbă străină românii nu au preluat atât de multe cuvinte și expresii. Utilizarea numărului mare al anglicismelor în vorbirea curentă a generat numeroase controverse. Există trei tipuri de atitudini întâlnite în rândul lingviștilor. Unii specialiști privesc împrumuturile din limba engleză ca pe un lucru pozitiv, ei înșisi utilizând anglicismele în mod frecvent. Alți lingviști condamnă vehement utilizarea anglicismelor, pe motiv că limba română trebuie să își păstreze esența, „puritatea” și nu ar trebui să fie alterată prin cuvinte inutile împrumutate din engleză. Există și o altă categorie a lingviștilor - aceia care acceptă schimbarea și nu condamnă utilizarea anglicismelor în limbajul cotidian, atâta timp cât acestea nu alterează esența limbii.

Anglicismele au pătruns în vocabularul limbii române sau în vorbirea curentă datorită atât unei necesități firești, cât și unei mode lingvistice. Necesitatea de a denumi, de a desemna o realitate extralingvistică nouă impune utilizarea anglicismului. Acesta din urmă aduce cu sine denumirea obiectului, a obiceiului, a produsului etc. Cuvântul englezesc, deci neologismul, va fi acceptat de normă, dacă în limba română nu exista nicio traducere a termenului, până în momentul utilizării

BDD-V5202 © 2018 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:54:51 UTC)

anglicismului respectiv. Mai mult, anglicismul va suferi schimbări în ceea ce privește adaptarea sa grafică și fonetică, deci „românizarea" sa va avea loc. Pe de altă parte, mulți termeni sunt utilizați de către vorbitori doar pentru că i-au auzit de nenumărate ori fie prin intermediul mass-mediei, fie prin intermediul prietenilor sau al familiei și consideră că sunt la modă. Vorbim aici de o modă lingvistică, la care unii vorbitori simt că trebuie, la rândul lor, să adere. Există mulți termeni proveniți din limba engleză care, deși au corespondent în limba română, sunt preferați în varianta lor englezească. De exemplu, cuvântul „weekend" este folosit frecvent în limbajul cotidian, deși „sfârșit de săptămână" îi este sinonim. Alte câteva anglicisme utilizate ca modă lingvistică sunt: *killer* (ucigaș), *winner* (câștigător), *fashion* (modă), *coffee* (cafea), *beauty* (frumusețe).

În același timp, în toate domeniile de activitate a apărut necesitatea de a utiliza cuvinte de origine englezească, pentru a denumi diferiți termeni care nu au corespondent în limba română. Alte câteva anglicisme necesare, a căror utilizare este justificată sunt: *management*, *marketing*, *mail*,*computer*, *airbag*, *master*.

Aceste contexte situaționale devin punctul de plecare al numeroaselor dezbateri ale lingviștilor români, care nu ezită să își exprime păreri diferite în ceea ce privește invazia de anglicisme în fondul lexical românesc.

Lingvistul George Pruteanu afirma : „Ceea ce pretind, e ca noile cuvinte – repet: binevenite! – să fie scrise *româneşte*. Nu putem scrie nici franţuzeşte, nici ungureşte, nici englezeşte limba română. Atâta timp cât va exista, limba română trebuie scrisă româneşte. În toate cazurile în care e posibil fără pierderi semnificative, orice cuvânt nou-preluat trebuie integrat sistemului, asimilat, autohtonizat, conform regulilor de scriere şi de pronunţie ale limbii române. În era globalizării, pe care o trăim acum, acest lucru trebuie să se petreacă mult mai prompt, mai rapid, şi un rol serios îl joacă, pe de o parte, presa, pe de alta, lucrările normative, dicţionarele. Dacă ele încă propun, din inerţie sau timiditate, să scriem, în *romgleză*, lookul sau site-ul, ele fac un deserviciu limbii române. O limbă nu se îmbogăţeşte cu xenisme, cu cuvinte care rămân străine. Nu se poate ca zone ample din
limba română să fie, grafic, «colonii»".
(http://www.limbaromana.md/index.php?go=articole&n=467).

Ceea ce subliniază celebrul lingvist este configurarea unui nou limbaj cu caracter eterogen, care este alcătuit atât din cuvinte englezești, cât și din termeni românești. Calamburul, ca figură de stil, generează denumirea acestui nou limbaj provenit din tendințele vorbitorilor români. Este, desigur, o nouă limbă, izvorâtă atât din română, cât și din engleză.

Romgleza devine, astfel, un idiom specific, care denotă total tendințele lingvistice ale românilor și care este dovada clară a invaziei de anglicisme aflate destul de aproape de apogeul ei. Specialista Adriana Stoichițoiu-Ichim identifică segmentul de populație vorbitoare a romglezei : „Principalele categorii de vorbitori responsabile de existența romglezei sunt: specialiștii din diverse domenii de activitate (informatică, economie, finanțe, comunicare și relații publice, publicitate, artă etc.), jurnaliștii din presa scrisă și audio-vizuală, oamenii politici, autorii de reclame, comercianții și adolescenții." (Stoichițoiu-Ichim, 2006, p. 13).

Lingviști precum Tatiana Slama-Cazacu și George Pruteanu consideră că pătrunderea în limba română a termenilor străini duce la alterarea esenței limbii. Din perspectiva acestor specialiști,

BDD-V5202 © 2018 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:54:51 UTC)

folosirea unor neologisme preluate din limba engleză nu este necesară, deoarece vocabularul limbii române este suficient de bogat încât să se poată găsi un echivalent în română pentru orice „străinism". Tatiana Slama-Cazacu denumește „invazia" termenilor străini ca fiind o „pulbere de false diamante", iar în acest sens afirmă că: „S-a observat că invazia de termeni străini a coincis cu una a produselor <<de import>>, al căror prestigiu a devenit, de asemenea, incomparabil cu al celor românești, chiar dacă acestea sunt mai bune ori de aceeași calitate sau mult mai ieftine" (Slama-Cazacu, 2000, p. 134). De asemenea, lingvista subliniază și faptul că tot mai mulți indivizi dau dovadă de „o insuficientă stăpânire a limbii materne, româna, de unde schingiuiturile morfologice și sintactice, greșelile semantice în întrebuințare, dificultatea traducerii pe loc a termenilor de către înșisi specialiștii sau <<tehnocrații>> care-i folosesc" (Slama-Cazacu, 2000, p. 132).

În ceea ce privește invazia de anglicisme, lingvista Adriana Stoichițoiu-Ichim (Stoichițoiu-Ichim, 2006, p.56) a identificat câteva greșeli frecvent întâlnite în mass-media, și anume: „pleonasmul, <<falșii prieteni>>, etimologia populară, coliziunile omonimice și <<cultismul>>".

O definiție completă a pleonasmului este dată de lingvistul Ilie Rad. „Accepțiunea cea mai largă a termenului de pleonasm (cf. fr. *pléonasme*, lat. *pleonasmus*, gr. *pleonasmos*< pleon=mai mult) este aceea de folosire alăturată a două sau mai multe cuvinte cu același sens." (Rad, 1999, p. 17). Cele mai frecvent întâlnite pleonasme în limbajul mediatic românesc sunt exemplificate de lingvistul Ilie Rad: „mijloace mass-media", „tehnologie high-tech", „hit de mare succes", „bani cash", „bord de conducere", „persoane VIP" sau „marile supermarketuri" (Rad, 1999, p. 19).

Conform Adrianei Stoichițoiu-Ichim, „falșii prieteni" sunt cei care „desemnează, în mod metaforic, termeni existenți în două limbi diferite sub o formă identică sau foarte asemănătoare, dar cu semnificații distincte." (Stoichițoiu-Ichim, 2006, p.57). Lingvista subliniază faptul că printre cauzele care determină apariția acestui tip de greșeală „se numără cunoașterea superficială a limbii engleze, neatenția, comoditatea și snobismul lingvistic." (Stoichițoiu-Ichim, 2006, p.57).

Totodată, specialista a identificat o serie de termeni utilizați în mod eronat în limbajul mediatic, din categoria „falșilor prieteni", în exemple precum: „argument" pentru „ceartă, dispută"; „crud" pentru „necioplit, bădăran"; „devastat" pentru „șocat, îndurerat"; „dedicat" pentru „devotat"; „formă" pentru „formular"; „nervos" pentru „emoționat" (Stoichițoiu-Ichim, 2006, p.57-58). În acest mod, se poate observa faptul că dinamica limbii române generează noi mijloace de îmbogățire a vocabularului, chiar dacă, de multe ori, aceste metode nu sunt în conformitate cu norma lingvistică. Adriana Stoichițoiu-Ichim subliniază faptul *că etimologia populară* este cea care generează această tendință lingvistică.

Etimologia populară este un „fenomen prin care vorbitorii neinstruiți stabilesc o falsă relație etimologică între două cuvinte neînrudite, bazându-se pe asemănări de formă" (Stoichițoiu-Ichim, 2006, p. 60). Lingvista oferă drept exemplu verbul „a accesa" (termen din informatică engl. *to acces*) care este utilizat în locul expresiei curente *a avea acces* (la ceva) în contextul <<Pentru ca persoana patronului de la *Gourmet* să acceseze funcția demnitarului de stat, organigrama MAAP a fost modificată prin hotărâre de guvern>>" (Stoichițoiu-Ichim, 2006, p. 60).

Tipurilor de greșeli enunțate de Adriana Stoichițoiu-Ichim li se mai adaugă și *hipercorectitudinea*, după cum sesizează lingvistul Gligor Gruiță într-unul dintre

BDD-V5202 © 2018 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:54:51 UTC)

studiile sale: „Ziaristul pedant, anglofon prin adopțiune, va fi tentat să scrie *leader, cocktail, clown* etc., ca în engleză, și să pronunțe *claun, futbol* etc., deși acestea s-au românizat de mult timp. Această greșeală poartă un nume înșelător, <<hipercorectitudine>>, dar tot eroare este și reprezintă o frână în calea adaptării unor astfel de cuvinte la sistemul ortografic, ortoepic şi gramatical al limbii române. Pentru jurnalistul neanglofon, există pericolul variantelor inculte: pronunțări ca *team, bodyguard, safe*" (Cesereanu, 2003, p. 85).

Cu toate acestea, se poate observa faptul că anglicismele sunt preferate de către vorbitorii români, care le folosesc atât din necesitate, cât și datorită modei lingvistice. Mai mult, anglicismele care au o frecvență superioară în ceea ce privește folosirea lor de către români nu sunt toate acceptate de norma literară. De asemenea, există situații lingvistice previzibile, precum cea a termenului „locație" care, în limba română, are sensul de „chirie". Este evident faptul că în fondul lexical își va câștiga loc anglicismul „locație", care provine din englezescul „location" și care are sensul de „loc, localizare". Acest ultim sens nu este încă acceptat de norma literară, însă situația acestui termen este absolut similară cu cea a verbului „a aplica", care si-a câștigat și sensul de „a scrie/completa o cerere" (ex: *a aplicapentru o bursă*).

Analistul și profesorul Dumitru Borțun vorbește pe larg despre „asimilarea inadecvată a unor termeni intrați recent în limba română" (Borțun, 2015, p.128) și despre greșelile generate de jurnaliști în momentul utilizării unor anglicisme și își exprimă clar opțiunea pentru corectitudinea limbii și respectarea normei: „Pur și simplu, sunt un vorbitor al limbii române care își iubește limba maternă și respectă limba oficială a statului al cărui cetățean este. Cred că prezervarea structurii logice a limbii în care gândim și ne exprimăm, în care cunoaștem și comunicăm este o datorie a noastră, a tuturor vorbitorilor limbii române." (Borțun, 2015, p.179).

Cu toate că invazia de anglicisme poate fi uneori deranjantă prin faptul că brutalizează oarecum limba română, există și anumite beneficii de ordin lingvistic ce sunt aduse fondului lexical românesc, prin utilizarea frecventă a englezismelor. Până la urmă, însăși romgleza devine un mijloc important de îmbogățire a limbii, prin faptul că neologismele provenite din limba engleză extind fondul lexical românesc.

În acest fel, limba română își indeplinește și își desfășoară dinamica proprie, care atestă faptul că este o limbă vie, care urmează dorințele și tendințele vorbitorilor ei.

BIBLIOGRAPHY

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

Borțun, Dumitru, *Mareea Neagră: limba română sub asediu. Greşeli de exprimare în mass-media din România,* București, Tritonic, 2015

Cesereanu, Ruxandra, coord., *Curente şi tendinţe în jurnalismul contemporan*, Cluj-Napoca, Limes, 2003

Ciobanu, Georgeta, *Anglicisme în limba română*, Timişoara, Editura Amphora, 1996

Gruiţă, Gligor, *Gramatică normativă*, Piteşti, Paralela 45, 2007

Gruiţă, Gligor, *Moda lingvistică 2007*, Piteşti, Paralela 45, 2006

Rad, Ilie, *Stilistică şi mass-media*, Cluj-Napoca, Excelsior, 1999

Slama-Cazacu, Tatiana, *Stratageme comunicaționale și manipularea*, Iași, Polirom,

BDD-V5202 © 2018 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:54:51 UTC)

2000
Stoichiţoiu-Ichim, Adriana, *Aspecte ale influenţei engleze în românaactuală*, Bucureşti, Editura Universităţii din Bucureşti, 2006
Stoichiţoiu-Ichim, Adriana, *Vocabularul limbii române actuale*, Bucureşti, All, 2005

LISTA ABREVIERILOR PENTRU SURSELE LEXICOGRAFICE UTILIZATE:

DEX – *Dicţionarul explicativ al limbii române*, Editura Academiei, Bucureşti, 1975.
DN_3 – Marcu, Florin, Constant Maneca, *Dicţionar de neologisme*, ediţia a III-a, Editura Academiei, Bucureşti, 1978.
$DOOM_2$ – *Dicţionarul ortografic, ortoepic şi morfologic al limbii române*, (coord. Ioana Vintilă-Rădulescu), ediţia a II-a revăzută şi adăugită, Univers Enciclopedic, Bucureşti, 2005.
MDN – Marcu, Florin, *Marele dicţionar de neologisme*, Bucureşti, Editura Saeculum, 2002.

BDD-V5202 © 2018 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-13 23:54:51 UTC)