

***STYLES OF WRITING IN JOURNALISM: DYNAMICS, SEMANTIC FEATURES,
VOCABULARY***

Assoc. Prof. **Mihaela Mureșan**, PhD, "Babes-Bolyai" University of Cluj-Napoca

Abstract: The journalistic style, characteristic of the mediatic communication, is not limited to merely drawing up texts or communicating and providing information on events. In the journalistic text, we can speak of the writing "personality", imprinted by the approach angle in handling the subject, presenting the facts, motivation elements of the journalist. The journalistic style aims at facilitating the message reception by the reader. This process implies a precise and clear vocabulary, concision, originality and movement.

The Anglicisms invasion represents a feature of the current press 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 press language as being a familiar one, extremely accessible.

The study points out the main characteristics and linguistic tendencies of the contemporary written press, following the evolution of the language approached in several publications. The study emphasizes not only the tendencies in journalistic language, but also the real aspects regarding the general language evolution, aspects imposed by common speakers and by trend.

Key-words: *journalistic style, styles of writing in journalism, trends in journalistic language, linguistic fashion.*

În ultimii ani, limba română este utilizată în presa scrisă sub toate registrele ei lingvistice: de la utilizarea cuvintelor *populare* (pentru a marca moda lingvistică), la cuvinte necunoscute vorbitorului, inclusiv la anglicisme. Limbajul folosit de presa scrisă din România este unul „colorat”, care trece foarte repede de la cuvinte simple la cuvinte care solicită anumite cunoștințe. Anglicismele, tipurile de acord și semantica aplicată a unor cuvinte constituie probleme controversate ale limbajului mediatic actual.

În DEX, termenul de *anglicism* are următoarea explicație: „Expresie specifică limbii engleze; cuvânt de origine engleză împrumutat, fără necesitate, de o altă limbă și 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 aparține civilizației englezești; un astfel de cuvânt nu trebuie să fie de origine (provenință) engleză dar trebuie să fi fost adaptat în limba engleză și integrat în vocabularul englez”(Ciobanu, 1996, p.4). Lingvista Georgeta Ciobanu opinează că anglicismul reprezintă o unitate lingvistică, nu numai cuvânt, ci și *formant*, expresie frazeologică, sens sau construcție gramaticală și tip de pronunțare și scriere de origine engleză, indiferent de varietatea teritorială a englezei, așadar inclusiv din engleza americană, nu doar din cea britanică. „În studierea

anglicismelor existente în limba română este introdus conceptul de anglicism cu sensul actual acceptat pe plan internațional” (Ciobanu, 1996, p.4).

Publicațiile pentru femei și domeniul vieții mondene înregistrează cele mai multe anglicisme apărute recent în limba noastră, unele fiind neatestate în DOOM₂, DCR₂ sau MDN: *cool, glamour, college-shirt, fresh, gloss, must have, peeling, roll on, scrub, skinny, smokey eyes, stick, hair-styling, outfit, t-shirt, tank-shirt, fresh, shapingul, body tuning, blush, casual*, pe lângă „mai vechile” englezisme: *cover-girl, casting, beauty, fashion*. Multe dintre ele se înscriu în categoria *anglicismelor de lux*, existând, pentru traducerea lor, un termen echivalent în limba română actuală: *beauty* pentru „frumusețe, splendoare” ca în sintagma „*Beauty*: aliații tăi de vară. Trebuie să îi ai pe toți de partea ta.” (Cosmopolitan, rubrica Beauty Fresh, p. 54, ediția iunie 2010); *fashion* pentru „modă”: „se anunță o vară *fashion* cu piele, denim și ținte, ca-n Vestul Sălbatic” (Cosmopolitan, rubrica Fashion Story, p. 112, ediția iunie 2010); *gloss* pentru „strălucire, luciu” și adverbul *glossy*: „Color Fever *Gloss* în nuanța Fuchsia Koh Lan – un luciu de buze cu efect indiscent” (Cosmopolitan, rubrica Beauty Focus, p. 72, ediția martie 2008); *blush* substantivizat, cu semnificația inițială de „a înroși”: „Pentru obraji ușor îmbujorați, caută *blush* Daisies din noua colecție Spring Bloom” (Cosmopolitan, rubrica Beauty Focus, p. 72, ediția martie 2008); *brand* cu sensul de „marcă”; *outfit* pentru „echipament”: *peeling* pentru procesul decurățare a pielii: „Pentru ștergerea cicatricelor vei avea nevoie de o intervenție estetică mai complexă, cum este *peeling-ul* chimic sau *phytopeeling-ul*, care se execută numai sub supraveghere medicală și în saloanele de specialitate” *skinny* pentru „slab, osos”; *smokey*: „Se poartă nuanțe de maro-verde și «*smokey eyes*»” (Cosmopolitan, ediția martie 2008).

Observăm aici ortografia neunitară a anglicismelor în cazul articulării lor: *glossurile, outfiturile*, dar și *peeling-ul, must have-ul*. Anglicismele precum *coktail, make-up, party, pub, trend* și compusul *super-trendy, modelling, brand, designer, fitness, flash, lifting, look, sex-appeal, shopping* - atestate în DOOM₂ - au pătruns în limbajul curent prin vasta popularizare oferită de revistele cu subiecte din viața mondenă: *casting* pentru „selectare a actorilor pentru anumite roluri” și *modelling* cu sensul de „curs pentru manechine”, dar și de „modelare”. Datorită caracterului lor internațional și a preciziei exprimate în articole, sunt utilizate cu mare frecvență în publicațiile analizate.

Utilizarea acestor termeni englezești este explicabilă prin dorința vorbitorului de a impresiona, de a arăta că este cunoscător al unei limbi străine, dar și, pentru a atrage atenția, pentru a da colorit mesajului (mediatic).

Problemele de acord reprezintă un alt aspect important al limbajului jurnalistic actual.

Din perspectiva normei lingvistice actuale, acordul reprezintă un “procedeu fundamental (de natură morfologică), de realizare a raportului de inerență, singurul care asigură unui lanț de cuvinte calitatea de propoziție (organizată, deci analizabilă): potrivire formală, în anumite categorii gramaticale a predicatului cu cuvântul sau grupul de cuvinte cu funcție de subiect” (Pușcariu, 1994, p.37). Concurența dintre cele trei tipuri de acord (gramatical, logic, prin atracție) există în limbajul mediatic actual.

Se realizează acordul gramatical în folosiri cauzal substantivului colectiv incomplet „o parte”:

„*O parte* din heroina produsă cu opiumul din Afganistan *ajunge* la consumatorii români” (Evenimentul Zilei, 16 februarie, 2010, p. 3). Acordul după înțeles este utilizat și în situația relativului „care”: „Cartea, apărută zilele trecute în SUA, la Editura Zero Books, este considerată una dintre cele mai bune *cărți* despre cultura pop, *careau apărut* în ultimii ani” (Evenimentul

Zilei, 13 ianuarie, 2010, p.16).

Acordul gramatical se utilizează în următoarele cazuri: „Bote are o *afacere* și o *viață* personală *senzațională*” (Click!, 24 februarie 2010, p. 1) - e respectată o topică obiectivă; „*Tristețea* și mai cu seamă *singurătatea*, *l-au împins* la sinucidere” (Click!, 12 februarie 2010, p. 7) - apar locuțiunile adverbiale; „*Minimul* de experiență, *riscul* nebun la care s-a supus și îndeosebi *criza* economică *l-audus* la faliment”(Evenimentul Zilei, 4 februarie, 2010, p. 5) - distanța mare între subiecte e dublată de apariția unui element perturbator; „*Sunt remarcate* *abilitatea* și *istețimea* elevilor participanți” (Cultura, 24 decembrie, 2009, p. 3) - poziționarea verbului la începutul enunțului favorizează utilizarea acordului gramatical; „*Mi-a spus* că îl *dorcapul* și *mâna*” (Click!, 7 ianuarie, 2010, p. 2), „*nu îmi plac* deloc acest *politician* și *partidul* din spatele său” (Cultura, 24 decembrie, 2009, p. 4) - chiar și în cazul utilizării verbelor: „*a durea*”, „*a plăcea*”, care favorizează singularul, trebuie păstrat tipul de acord menționat; „*Grâul* și *porumbulsunt pe terminate* în hambarele țaranilor” (Evenimentul Zilei, 26 februarie, 2010, p. 7) - subiectul multiplu este format din substantive defective de plural.

Se pune accent pe păstrarea acordului gramatical, considerat a fi corect („*văicarea* și *turnătoria s-aupracticat*” – Cultura, 26 noiembrie, 2009, p.1; „*precum domnii* *Tabără* sau *Gherasim*” – Cultura, 26 noiembrie, 2009, p.4). Se evită uneori verbul, acesta fiind marcat prin linia de pauză („*Restul* – doar bălăceală penibilă” – Cultura, 26 noiembrie, 2009, p. 1).

Numeralul este partea de vorbire flexibilă (cu cea mai redusă flexiune, multe numere fiind invariabile), care exprimă: un număr (*doi, patru, zece*), determinarea numerică a obiectelor (*trei case, cinci copaci*) și ordinea obiectelor prin numărare (*al doilea an, a patra grupă*).

Limbajul mediatic abundă în numere, astfel:

1. Numeral cardinal: „2.600 de morți și 8.300 de răniți” (Click!, 4 ianuarie, 2010, p. 8), „aproximativ 20 de milioane de carduri EC, din totalul de 45 de milioane și 3.5 milioane de carduri de credit, din 8 milioane emise” (Evenimentul Zilei, 6 ianuarie, 2010, p. 9), „Guvernul vrea să scuture primăriile de 17.000 de angajați” (Evenimentul Zilei, 15 ianuarie, 2010, p. 1).

2. Numeral ordinal: „primul roman” (Cultura, 26 noiembrie, 2009, p. 10), „Manșa întâi” (Evenimentul Zilei, 6 ianuarie, 2010, p. 8).

3. Numeral fracționar: „optimi de finală”, „16-imi de finală” (Evenimentul Zilei, 6 ianuarie, 2010, p. 9), „o treime sunt jucători fideli” (Evenimentul Zilei, 26 februarie, 2010, p. 3).

4. Numeral distributiv: „câte un animal de companie” (Click!, 4 ianuarie, 2010, p. 5), „câte un animal de companie” (Click!, 4 ianuarie, 2010, p. 5).

Ținând cont de această succintă analiză, suntem îndreptățiți să afirmăm că există o serie de particularități ale textului jurnalistic care îl individualizează, îl delimitează clar de alte texte aparținând stilurilor beletristic, științific, epistolar etc. Această categorie de particularități derivă din *condițiile specifice de producere* a textului jurnalistic.

BIBLIOGRAFIE:

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

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

DCR₂ – Dimitrescu Florica, 1997, *Dicționar de cuvinte recente*, ediția a II-a, Logos, București

DEX – *Dicționarul explicativ al limbii române*, 1975, Editura Academiei, București

DN₃ – Marcu, Florin, Constant Maneca, 1978, *Dicționar de neologisme*, ediția a III-a, Editura Academiei, București

DOOM₂ – *Dicționarul ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române*, 2010, (coord. Ioana Vintilă-Rădulescu), ediția a II-a revăzută și adăugită, Univers Enciclopedic, București

MDN – Marcu, Florin, 2002, *Marele dicționar de neologisme*, Editura Saeculum, București

Pușcariu, Sextil, 1994, *Limba română*, vol. II, *Rostirea*, Editura Academiei Române, București

www.cosmopolitan.ro

www.click.ro

www.evz.ro

www.revistacultura.ro