

Anna Kłaczyńska

Anglicyzmy we współczesnej polszczyźnie
na przykładzie czasopism kobiecych
oraz na tle świadomości językowej
bydgoskich studentów

Od wielu lat starano się stworzyć uniwersalny zasób słów i reguł, będący syntezą najbardziej rozpowszechnionych elementów mowy. Taki, który byłby na tyle prosty, zrozumiały i łatwy do przyswojenia dla każdego człowieka, by mogli posługiwać się nim wszyscy. Stworzenia takiego jednolitego systemu podjął się Polak, Ludwik Zamenhof, który w 1887 r. na bazie struktur języków romańskich i germańskich utworzył sztuczny język międzynarodowy – esperanto (WIEM). Początkowo budzący szerokie zainteresowanie, nie przyjął się jednak i nie funkcjonuje w powszechnym użyciu. Istnieje jednakże taki język, który w czasach współczesnych zdobył status mowy uniwersalnej. Jest nim język angielski. Wpływ języka angielskiego na rozwój polszczyzny jest znaczny i zdecydowanie dominuje wśród pozostałych wpływów obcych. Ekspansja angielskich zapożyczeń leksykalnych jest obecnie nakierowana na odbiorców kultury masowej, którymi, choć w różnej mierze, jesteśmy wszyscy. Ten objaw nowej tzw. popkultury niezwykle dynamicznie zaczął wpisywać się w obraz polskiej rzeczywistości językowej u progu lat 90. ubiegłego stulecia i dziś jest jej nierozłącznym elementem, a nawet jednym z ważniejszych wyznaczników. Z przejawami ingerencji anglojęzycznych wyrazów w naszą mowę codzienną spotykamy się na każdym kroku. Można powiedzieć, że zaistniał swoisty popyt na nowe słownictwo i moda na używanie *popjęzyka*¹. Zjawisko to można zaobserwować, przeglądając czasopisma kolorowe. Są one bogatym źródłem wszelkich językowych nowości, jakie pojawia-

¹ Ten neologizm został utworzony analogicznie do wyrazu *popkultura* i ma na celu silniejsze zaakcentowanie omawianego zjawiska.

ją się w polszczyźnie, z tą przewagą nad telewizją i radiem, że istnieją w postaci pisanej, łatwiejszej do zapamiętania. Natomiast użytkownikami języka polskiego, którzy najchętniej korzystają z anglo-amerykańskich inspiracji językowych i bodaj najsprawniej się nimi posługują, są młodzi, kształcący się Polacy.

Czasopisma kolorowe posłużą więc za przedmiot badań nad współczesnym językiem polskim w kontekście oddziaływań na niego zapożyczeń angielskich, a wybrana grupa bydgoskich studentów stanowić będzie tę część użytkowników naszego języka, których kompetencja językowa została w tym kontekście przetestowana.

Niniejszy artykuł jest podzielony na dwie części. Pierwsza z nich stanowi charakterystykę anglicyzmów pojawiających się w kolorowych czasopismach dla kobiet, a także w telewizji i radiu, które są jednym z najatrakcyjniejszych źródeł transportowania do polszczyzny nowości językowych. Druga część ma na celu ukazanie ich funkcjonowania w świadomości językowej wskazanej wyżej grupy użytkowników polszczyzny.

Spośród kolorowych czasopism, zalegających półki kiosków, najbardziej eksponowane przez sprzedawców i reklamowane przez wydawców są magazyny kobiece. Od lat cieszące się niesłabnącą popularnością czasopisma dla pań są nośnikiem wszystkiego, co nowoczesne, na czasie, *trendy*. Tak wewnętrznie zindywidualizowane pod względem tematycznym, a jednocześnie bardzo podobne do siebie w ogólnie pojętej stylistyce i formie, prezentują model życia zgodny z obowiązującymi na świecie kanonami. Są one znakiem naszych czasów. Jak bardzo słownictwo takich czasopism ulega obcym wpływom? Czy rzeczywiście anglicyzmy pojawiają się w nich często? Czy kolorowe magazyny mogą być istotnym nośnikiem zapożyczeń angielskich?

Analiza angielskich pożyczek w czasopismach dla kobiet została przeprowadzona na przykładzie czterech magazynów: „Claudii”, „Świata Kobiety”, „Olivii” i „Twojego Stylu”, które ukazywały się co miesiąc od października 2005 roku do marca 2006 roku. Na podstawie artykułów, felietonów, krótkich opisów, różnego rodzaju porad, testów (i ich tytułów), z wyłączeniem reklam i tekstów reklamowych, udało się określić, które pola semantyczne są najbardziej otwarte na nowości językowe i jakie wyrazy pochodzenia angielskiego odznaczają się największą frekwencją. Oto zestawienie trzydziestu najczęściej powtarzających się anglicyzmów według częstotliwości występowania: *film, stres, relaks, internet, serial, komputer, sweter, test, szampon, piling, klub, top, spray, trening, laser, sport, lifting, dzinsy, partner, golf, SMS, weekend, jogging, aerobik, fitness, flirt, tonik, hit, trend, trendy*.

Poniżej przedstawiam pięć pól semantycznych, które najszybciej poszerzają swój zakres anglojęzycznego słownictwa:

- I. Rozrywka i wypoczynek; formy spędzania wolnego czasu – 24% ogółu zapożyczonych anglicyzmów, np. *film, hobby, klub, party, relaks, serial, weekend*.
- II. Kosmetyki i pielęgnacja ciała – 12%, np. *eye-liner, lifting, piling, spray, szampon*.
- III. Technologia: komputery, telefony komórkowe, sprzęt audio i wideo, technologiczne gadżety – 11%, np. *CD, DVD, internet, komputer, laptop, SMS*.
- IV. Moda: styl, ubrania – 10%, np. *dżinsy, golf, kardigan, sweter, trend, T-shirt*.
- V. Sport – 9%, np. *aerobik, jogging, mecz, trening, sport, windsurfing*.

Wymienione anglicyzmy pojawiają się w najrozmaitszych kontekstach. Są używane zarówno przez autorów artykułów tematycznych, jak i uczestników wywiadów, w wypowiedziach specjalistów na tematy związane z medycyną, psychologią, sportem, dietą; krytyków, recenzentów filmów, książek, muzyki czy stylistów mody, wizażystów, fryzjerów. Aczkolwiek zauważa się szczególne nasycenie wyrazami i zwrotami z tego obcego języka w tekstach *stricte* skonkretyzowanych tematycznie. Na przykład zamieszczony w listopadowym numerze „Claudii” artykuł pt. *Czy wiesz, co potrafisz twoja komórka?* wręcz naszpikowany jest nazwami z zakresu techniki: *CD, e-mail, film, komputer, MMS, MP3, skaner, SMS, WAP, wideo*, które często umiejscawiane są tuż obok siebie. Przykłady:

„Telefon z wbudowanym aparatem fotograficznym to już niemal *standard*. Do tego duży kolorowy wyświetlacz o wysokiej rozdzielczości i masz w kieszeni urządzenie multimedialne. Pozwala ono uwiecznić chwilę, a nawet zarejestrować zdarzenie (jeśli wykorzystasz funkcję nagrania sekwencji *wideo*) i natychmiast podzielić się wrażeniami z przyjaciółmi. Wystarczy wysłać im multimedialną wiadomość *MMS* (skrót od *Multimedia Messaging Service*), zawierającą fotografię, nagrany dźwięk czy krótki *film*. A co, jeśli adresat nie ma telefonu, który potrafiłby odebrać wiadomość *MMS*? To żaden problem, możesz przesłać mu ją wprost do skrzynki *e-mailowej*. Odbierze ją tak samo jak zwykłą pocztę elektroniczną” („Claudia” 11/5: 132).

albo:

„Rozkład jazdy pociągów, kursy akcji, encyklopedie i słowniki, transmisje na żywo imprez *sportowych*, najnowsze wiadomości czy usługi finansowe – to wszystko i o wiele więcej oferują serwisy *WAP* (*Wireless*

Application Protocol). Dzięki nim nie trzeba włączać komputera, żeby pogadać na *czacie*, zabrać głos w dyskusji na *internetowym* forum, odebrać pocztę elektroniczną. W czasie podróży *WAP* pozwoli znaleźć najbliższą stację benzynową, hotel czy bankomat” („*Claudia*” 11/5: 132).

Mimo dosyć dużej frekwencji, jaką można stwierdzić na pierwszy rzut oka, anglicyzmy w cytowanym tekście (całym artykule) stanowią zaledwie 4,5% wszystkich wyrazów.

Nowe słownictwo pojawia się w czasopismach również dzięki bohaterom wywiadów. Aktorzy, reżyserzy, filmowcy, piosenkarze i artyści nierzadko korzystają z anglojęzycznych zdobyczy współczesnego języka polskiego. Opowiadają o sobie i swojej pracy, życiu codziennym, tworzeniu, pasjach, z którymi związany jest określony rodzaj słownictwa. Tak więc w wywiadzie ze Zbigniewem Buczkowskim najczęściej pojawiają się takie wyrazy, jak: *film, Hollywood, image, serial, show-biznes* („*Claudia*” 11/5: 38-39). W wywiadzie z Martą Kieślowską – córką znanego reżysera i Jankiem Hryniakiem – filmowcem oraz aktorami: Dominiką Bednarczyk i Radkiem Krzyżowskim, a także zafascynowanymi *jazzem* Anką Serafińską i Jurkiem Szczerbakowem jest całe mnóstwo pożyczek angielskich: *biznesmen, być celebrity, designer, film, flesz, golf, jazz, klub, lunch, teatr offowy, reality show, rock, snobizm, top, VIP* („*Twój Styl*” 11/184/2005: 50-56). I choć jest ich stosunkowo dużo, również stanowią nikły procent wyrazów w porównaniu z całością. Niezwykle interesujący pod tym względem jest wywiad z Anią Rubik – polską modelką o światowej sławie. Jest on silnie nacechowany słownictwem socjolektalnym – odnoszącym się do życia modelki i pokazów mody. Przykład:

„Już sześć lat żyje w świecie *bukingów, fittingów, edytoriali* i opcji. Dla wielu te nazwy brzmią obco. Dla niej są codziennością. *Bukują*, czyli zatrudniają do sesji i kampanii. Wcześniej jest *fitting*, znaczy przymiarka. *Edytorial* to efekt sesji zdjęciowej, zdjęcia opublikowane w magazynie” („*Claudia*” 11/5: 40).

W cytowanym fragmencie znajdują się wyrazy mało upowszechnione w polszczyźnie. Modelka użyła ponadto takich anglicyzmów, jak: *backstage, bar, bycie na topie, biznes, casting, dżersej, džinsy, e-bay, fanka, internet, klub fitness, komputer, laptop, lunch, top modelka*.

Poprzez ludzi o cechach bilingwistycznych tego typu słownictwo przybywa na grunt polski i albo się w nim adaptuje, albo nie. Takie wywiady są właśnie transporterem angielskich wyrazów obcych i mają

istotne znaczenie w procesie ich adaptacji. Niektóre z nich zostały w dość szybkim czasie zaakceptowane przez użytkowników języka na tyle, że patronują dziś całym blokom tematycznym, np. *Tędy po trendy* – nagłówek sekcji poświęconej modzie w „Świecie Kobiety”, *Relaks* – nazwa bloku tematycznego poświęconego wypoczynkowi i pielęgnacji w „Olivii”.

Cechą charakterystyczną i niewątpliwie wartą uwagi jest także amerykański styl przedstawiania ludzi. Imiona osób znanych występują w nieformalnej, zdrobniałej formie: *Janek, Radek, Anka, Jurek, Ania*. Tak samo, jak *Bill Clinton*, którego imię to skrót od *William*. W ten sposób przedstawia się znana polska prezenterka telewizyjna – *Magda Mołek*.

O tym, że czasopisma kolorowe (w tym wypadku kobiece) mają znaczny wpływ na kształtowanie się współczesnej polszczyzny, świadczy fakt, że to właśnie w nich najczęściej pojawiają się nowe słowa, które dopiero później, zauważone przez językoznawców, trafiają do słowników. Pokazuje to także i pozwala sobie uzmysłwić, w jak szybkim tempie rośnie liczba wyrazów obcych w naszym języku – i to wyrazów pochodzenia angielskiego.

Napływ anglicyzmów do języka polskiego trwa nieustannie. Zapożyczenia angielskie są „towarem” pożądanym i nieustannie „sprowadzanym” do polszczyzny. W materiale badawczym, jaki stanowią opisane wyżej kolorowe czasopisma kobiece, znalazło się dziewiętnaście nowych słów, których nie notuje *Wielki słownik wyrazów obcych PWN* wydany zaledwie rok wcześniej. Na szczęście autorzy tekstów w tych czasopismach zazwyczaj zdają sobie sprawę z tego językowego *novum* i objaśniają nieznanne wyrazy. Przyjrzyjmy się więc najnowszym zapożyczeniom angielskim, które przybyły do naszego języka:

- coolhunter* – osoba, która zawodowo trudni się raportowaniem o najnowszym modach,
- fitting* – przymiarka, dopasowanie ubrania do sylwetki,
- grey-euroman* – typ mężczyzny, który jest zamożny, ma dobrą pozycję społeczną, jest młodym wielbicielem ekskluzywnych miejsc, ekstremalnych sportów i pięknych kobiet; niektórzy nazywają go *silver-surferem*,
- iPod* – najpopularniejszy obecnie gadżet służący do odtwarzania i słuchania plików medialnych: muzyki, filmików, zdjęć itp.,
- lifeact* – czyn, dzieło życiowe artysty,
- movieoke* – jest to zabawa, w której miłośnicy kina mogą odgrywać swoje ulubione sceny, mając przed sobą tekst z listy dialogowej danego filmu. Ochotnicy stoją na podeście, a za nimi na wielkim ekranie jest wyświetlana scena, którą chcą zagrać. Zabawa powstała dzięki młodej nowojorskiej reżyserce Anastasii Arianie Fite,

- new bo-bo* – typ mężczyzny, pół mieszczanina, pół artysty, który stawia na dobrą jakość życia, solidność, trwałość i tradycję; żyje „pod prąd” zalewającej świat komercji,
- no name* – rzeczy, które nie są markowe; bez nazwy projektanta, znaku firmowego,
- nordic walking* – forma rekreacji wymyślona przez skandynawskich sportowców – chodzenie z dwoma kijkami przypominającymi kijki narciarskie,
- popping* – tzw. dmuchane, czyli preparowane nasiona amarantusa,
- smoky eyes* – tzw. przydymione oczy; mocny i ciemny makijaż oczu,
- spyware* – komputerowy program szpiegujący mający za zadanie zbieranie informacji o użytkowniku komputera, m.in.: jakiego oprogramowania używa i jakie strony w Internecie odwiedza,
- team room* – pokój internetowy stworzony dla pracowników danej firmy, w którym mogą się ze sobą porozumiewać na tematy związane ze wspólnie wykonywaną pracą (za pomocą łącza internetowego),
- trendbook* – księgi przepowiadające trendy w modzie na następne lata,
- trendforecaster* – osoba przepowiadająca trendy, która jeździ po świecie, odwiedza pracownie projektantów, jest na wszystkich najważniejszych pokazach i targach,
- trendsetter* – roznosiciel trendów; osoba, która ma własny styl i eksperymentuje z nowinkami; na świecie rolę *trendsetterów* najczęściej grają gwiazdy, np. Madonna,
- wedding plannerka* – profesjonalna organizatorka ślubów,
- wireless protocol* – bezprzewodowa sieć internetowa w miejscach publicznych.

Lista składa się z samych rzeczowników, ale jest także przymiotnik, który znalazł się na łamach analizowanych czasopism. To *oldschoolowe* kosmetyki, czyli takie, które są jak najbardziej naturalne, np. pudry do kąpieli, woreczki z ziołami z drzewa herbacianego, syrop z winogron czy krem cytrynowy z bursztynem. Przymiotnik ten w kontekście kosmetyków może odnosić się do metody ich wykonania, ponieważ przed laty produkcja wyrobów kosmetycznych odbywała się głównie przy użyciu naturalnych składników i starych, tradycyjnych metod wyrobienia.

Nośnikami językowych nowości są także bardziej zaawansowane media: radio i telewizja. Jak powszechnie wiadomo, informacje tą drogą docierają do odbiorców w bardzo szybkim czasie, a nowe słownictwo jest najszybciej wychwytywane spośród natłoku nowych wiadomości. Główną rolę w ich przekazywaniu odgrywają serwisy informacyjne podające *newsy*, ale nie tylko. Nowych wyrażen można spodziewać się w każdym progra-

mie. Słowo *downsizing*, którego nie zanotowały słowniki przed rokiem 2006, już wtedy pojawiło się w jednym z programów satelickich telewizji TVN – TVN Style. Użyte zostało prawdopodobnie po raz pierwszy w programie „Salon piękności”². Nazywa ono trik marketingowy polegający na zaniżaniu pojemności sprzedawanych produktów wbrew oczekiwaniom klienta, który kupując daną rzecz w dużym opakowaniu, spodziewa się adekwatnej do jego rozmiarów zawartości. Często po otwarciu kartonika okazuje się, że znajdujący się w nim produkt jest o wiele mniejszy niż można się było spodziewać po wielkości pudełka. Dzieje się tak na przykład w wypadku kremów nawilżających. Z kolei w serialu „Na Wspólnej”³ pojawiło się określenie *jazzy*, które jest obecnie bardziej *na topie* niż słynne *trendy*, a dotyczy tego, co modne. Natomiast Marzena Rogalska – jedna z prowadzących program „Miasto kobiet” w TVN Style – w swojej wypowiedzi użyła leksemu *level* zamiast polskiego słowa „poziom”, mówiąc o kimś, że jest „na właściwym *levelu*”⁴. Można było odnieść wrażenie, że nie wszyscy uczestnicy rozmowy zrozumieli angielski odpowiednik. W tym wypadku było to oczywiste nadużycie wywołane przez panującą modę na język angielski. Tego typu językowe wtręty, nazwane przez E. Mańczak-Wohlfeld zapożyczeniami „zbytecznymi” (zob. Mańczak-Wohlfeld 1994 i 1995), zostały w błyskotliwy sposób poddane krytyce przez Kazimierę Szczukę, prowadzącą teleturniej „Najsłabsze ogniwo”. W jednym z odcinków programu K. Szczuka powiedziała do uczestniczki gry: „Wychilloutowałaś się dzięki moim pozytywnym vibesom”⁵. Jest to wypowiedź nacechowana stylistyką gwary młodzieżowej. W wolnym tłumaczeniu można ją zrozumieć jako: „Wyluzowałaś się dzięki moim pozytywnym wibracjom” (w domyśle: pozytywnemu oddziaływaniu prowadzącej na uczestniczkę programu). K. Szczuka wykazała się naprawdę wielką kreatywnością i oryginalnością w formułowaniu tego zdania, ponieważ znajdujące się w nim angielskie wyrażenia nie należą do języka oficjalnego i próżno szukać ich w słownikach⁶. Potwierdza to samo tłumaczenie, które składa się ze słów charakterystycznych dla młodzieżowego stylu wysławiania się.

² Program wyemitowano 23.04.2006 r.

³ Odcinek wyemitowany 10.04.2006 r.

⁴ Wypowiedź z dnia 22.04.2006 r.

⁵ Teleturniej „Najsłabsze ogniwo” wyemitowany 30.01.2006 r. przez stację TVN.

⁶ Wyrażenia *chill out* i słowa *vibes* nie ma w żadnym spośród wszystkich słowników badanych dla potrzeb tego artykułu przed 2006 rokiem poza jednym – *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*, ed. S. Wehmeier, Oxford University Press 2005. Ich polskie odpowiedniki można odnaleźć na stronach internetowych: <http://www.dict.pl> oraz <http://ling.pl>. Pierwszy adres odnosi się do słownika *E-dict 4.3* Wydawnictwa ASTEC, a drugi to *Słownik polsko-angielski, angielsko-polski* Wydawnictwa Park.

Bywa też tak, że zapożyczenia przyswojone do kanonów polskiej gramatyki modyfikuje się pod wpływem chwilowego zapotrzebowania po to, by obce leksemy stały się atrakcyjniejsze. W jednym z konkursów radiowych stacji RMF FM prowadzący zabawę dziennikarz, chcąc zachęcić słuchaczy do głosowania za pomocą telefonów komórkowych, zakończył swój komunikat o nagrodach, mówiąc: „esemesujcież!”. Poprzez dodanie partykuły wzmacniającej -ż na końcu wyrazu dokonał tym samym archaizacji jednego z nowszych leksemów w polszczyźnie, tworząc przy tym jeszcze silniejszą formę rozkazującą. Takie „swojskie” potraktowanie angielszczyzny świadczy o jego bardzo dużej asymilacji, popularności i podatności na różnego rodzaju modyfikacje, nawet archaizację.

Nie ulega wątpliwości, że zapożyczenia angielskie w coraz to większym stopniu ingerują w słownictwo rodzime. Ich liczba z roku na rok dynamicznie wzrasta pod wpływem oddziaływania kultury Zachodu. Anglicyzmy docierają do naszego języka przez środki masowego przekazu i są przez nie popularyzowane. Szerzeniu się anglojęzycznej leksyki sprzyja również aprobata społeczeństwa i dogodne warunki rozwoju. Język polski staje się otwarty na nowe możliwości, z których chętnie korzysta. W wielu wypadkach jest to jak najbardziej uzasadnione, ponieważ zasób słownictwa polskiego nie zawsze potrafi sprostać potrzebom nazywania nowych przedmiotów i zjawisk. A biorąc pod uwagę globalizację świata, należy uznać uniwersalizację języka za konsekwencję rozwoju cywilizacji i przyjąć ją do świadomości. Oczywiście nie wolno nadużywać obcych wyrażeń, by nie narazić się na śmieszność czy niezrozumienie. Trzeba pamiętać, że tylko dobrze przemyślane słowa mogą zrobić dobre wrażenie i pokazać nasz profesjonalizm.

*

Sposób wkomponowywania angielskich wyrazów obcych czy nawet całych konstrukcji składniowych, frazeologicznych zależy od poziomu świadomości językowej i zwyczaju językowego. Są to bowiem czynniki decydujące o kształtowaniu się polskiej mowy, wyznaczające niezbędne do poprawnego posługiwania się nią prawidłowości; czynniki określające normę. Warto przyjrzeć im się dokładniej. Definicja pierwszego z terminów przedstawia się następująco:

Świadomość językowa – „ogół poglądów jednej osoby, grupy społecznej lub szerszej zbiorowości na język, a także ogół postaw wobec niego i emocji z nim związanych, obejmuje 1. wiedzę o języku (intuicyjną, szkolną, rzadziej naukową), 2. kompetencję językową, czyli zdolność do właściwej selekcji środków językowych, adekwatnych do celu wypowiedzi, jej cha-

rakteru, stylu, adresata, oraz 3. ocenę ich akceptowalności fonetycznej, gramatycznej, logicznej, kulturowej itd., czyli poczucie językowe. Ś. j. danej zbiorowości opisuje się na podstawie psycho- i socjolingwistycznych wywiadów, zachowań społecznych, sposobu mówienia i pisania” (EJP).

Jak słusznie zauważył M. Bugajski, każdy człowiek, gdy zdaje sobie sprawę z samego faktu używania języka, nawet jeśli nie dysponuje wystarczająco rozległą wiedzą na temat reguł prawidłowego posługiwania się nim, ma świadomość językową w pełnym jej wymiarze (Bugajski 1999: 34)⁷.

Do objaśnienia pozostają jeszcze dwa terminy: *norma językowa* i *uzus językowy*. Pozostają one w ścisłym związku ze świadomością językową i wzajemnie się warunkują:

norma językowa – „to zasób środków językowych: wyrazów, form gramatycznych, konstrukcji składniowych, używanych w społeczeństwie w określonym czasie, zgodnie z regułami (np. fonologii, morfologii, składni, ortografii) znajdującymi się w słownikach i podręcznikach gramatyki. Norma językowa opiera się na zwyczaju językowym wykształconych warstw społeczeństwa, stanowiąc wzorzec i kryterium poprawności językowej. Norma językowa zawiera też wyjątki, pozostałości dawnych sposobów tworzenia form (...), zapożyczenia, neologizmy, zmienia się wraz z upływem czasu (...)” (WIEM),

zwyczaj językowy (*uzus językowy*) – „jest zarówno wyrazem → normy językowej, jak i jednym z podstawowych (niemal zawsze nawet rozstrzygającym) → kryteriów poprawności językowej. Jeżeli bowiem jakiś wyraz, wyrażenie lub zwrot uzyska wysoki stopień rozpowszechnienia, to choćby przeciw niemu przemawiała tradycja językowa, prawidła gramatyczne, zasada logiczności itp., z czasem najprawdopodobniej usankcjonuje go norma jęz. ogólnego. Aby mogło do tego dojść, dana forma językowa musi występować dostatecznie często w różnych tekstach (pisanych i mówionych), w różnych środowiskach i w dłuższym czasie. Powszechność użycia jakiegoś środka językowego tylko w jednym określonym środowisku oraz przejściowa moda nie wystarczają” (EJP).

Należy w tym miejscu podkreślić, że istnieją w języku dwa rodzaje norm: realna (użytkowa) i wzorcowa (skodyfikowana). Za D. Buttler przyj-

⁷ Natomiast innym rodzajem świadomości posługują się językoznawcy. Ze względu na ich wiedzę, niezaprzeczalnie przewyższającą wiedzę innych użytkowników języka odnośnie do całego systemu, normy i normy skodyfikowanej, dysponują oni świadomością lingwistyczną, czyli bardzo dużą znajomością praw budowy i rozwoju języka oraz reguł dotyczących posługiwania się nim.

muje, że norma skodyfikowana obecna jest przede wszystkim w języku pisanim i dotyczy oficjalnej odmiany polszczyzny, a realna odzwierciedla mówioną odmianę potoczną (zob. Bugajski 1999: 34). Wyniki badań ankietowych, które przeprowadziłam, będą oceniane na podstawie normy realnej.

Jak pokazują różnorodne badania, zapożyczeń angielskich przedostających się do języka polskiego jest bardzo dużo, a ich liczba z roku na rok dynamicznie wzrasta. Jednym z wyjaśnień tak rozwiniętego procesu interferencji jest globalny charakter angielszczyzny jako uniwersalnego systemu językowego i sprzyjające temu zjawisku warunki. To już nie tylko przejaw mody językowej, ale również konkretne potrzeby języka. Choć nie wszystkie przejmowane anglosaskie elementy leksykalne rzeczywiście wypełniają puste pola semantyczne, to ich obecność w polszczyźnie jest niepodważalnym faktem, z którym należy się liczyć. Zapożyczenia angielskie są w dzisiejszych czasach obecne wszędzie: w radiu, telewizji, Internecie, prasie, w reklamie, w mowie codziennej Polaków. Z powodzeniem zastępują „mniej ciekawe” odpowiedniki rodzime. Niekiedy też są uważane za oznakę językowego prestiżu i elokwencji. W szeroko rozumianych mediach często ich zadaniem jest przykucie uwagi, zainteresowanie potencjalnego odbiorcy komunikatu, zrobienie na nim wrażenia. Jednak czy wszyscy użytkownicy języka polskiego rozumieją znaczenia pożyczek angielskich i potrafią poprawnie się nimi posługiwać? Odpowiedzi na te pytania dostarczają badania ankietowe.

Ankieta została przeprowadzona w 2006 roku wśród dwudziestu studentów Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, uczących się na różnych kierunkach:

- pedagogika ogólna – 4 osoby,
- psychologia – 3 osoby,
- filologia polska – 2 osoby,
- nauczanie zintegrowane z językiem niemieckim, politologia, historia, administracja, geografia, lingwistyka stosowana (język angielski i niemiecki) – po 1 osobie.

Pięciu studentów uczy się na I roku, czterech na II, dwóch na III, jeden na IV i ośmiu na V roku. Grupa składa się z 12 kobiet i 8 mężczyzn. Większość pochodzi ze wsi – 9 osób lub z miast o liczbie mieszkańców poniżej 150 tysięcy – 7 osób. Z miast o liczbie mieszkańców od 150 do powyżej 350 tysięcy pochodzą po dwie osoby. Wszyscy są studentami studiów dziennych magisterskich.

Ankieta składała się z trzech zadań. Każde z nich miało określony cel badawczy. Zadanie pierwsze polegało na odnalezieniu i zaznaczeniu wśród

30 podanych leksemów rzeczownikowych tych, które zdaniem ankietowanych trafiły do polszczyzny z języka angielskiego. W skład zbioru leksemów weszło:

- 13 pożyczek, które przedostały się do języka polskiego drogą bezpośrednią z języka angielskiego,
- 5 anglicyzmów, które wywodzą się z języków nieeuropejskich, a które trafiły do polszczyzny za pośrednictwem języka angielskiego.

Żaden ze studentów nie wskazał poprawnie wszystkich zapożyczeń. Jedna osoba odnalazła 14 anglicyzmów – 78% ogółu; dwie osoby wskazały prawidłowo 67% wyrazów; sześć osób rozpoznało po 11 pożyczek; pięciu studentów dobrze zaznaczyło 10 wyrazów; trzy osoby odnalazły połowę – 9 anglicyzmów i trzech ankietowanych nie potrafiło określić nawet 50% wyrazów pochodzenia angielskiego. Największych trudności dostarczyło poszukiwanie tych pożyczek angielskich, które pochodzą z krajów egzotycznych. Nikt nie potrafił wskazać więcej niż dwa takie wyrazy – 30% studentów; 45% badanych rozpoznało zaledwie jedną pożyczkę „egzotyczną” jako wyraz obcy, który przedostał się do języka polskiego za pośrednictwem angielszczyzny; 25% ankietowanych nie podkreśliło nawet jednego takiego słowa. Również sporą trudnością okazało się odnalezienie anglicyzmów zupełnie zasymilowanych. Na 5 tego typu zapożyczeń jedna osoba zaznaczyła 4, ponad połowa studentów – 55% wskazała dwa wyrazy, 20% – jeden wyraz lub żadnego. Powyższą analizę wyraziście obrazuje poniższa tabela:

Tabela 1. Zestawienie anglicyzmów bezpośrednio pochodzących z języka angielskiego.

Anglicyzmy	Procent studentów, którzy poprawnie rozpoznali zapożyczenia
boys band	100%
fitness club	100%
mobbing	100%
notebook	100%
billboard	95%
biznes	95%
smoking	85%
komputer	75%
*stres	75%
*detektyw	30%
*grahamka	25%
*sweter	25%
*rower	0%

Symbol „*” zostały oznaczone zapożyczenia angielskie zasymilowane.

Wyraz *komputer*, choć w stu procentach zasymilowany we wszystkich czterech płaszczyznach: graficznej, semantycznej, fonologicznej i morfologicznej, nie został ujęty jako anglicyzm zasymilowany, ponieważ powszechnie wiadomo, że jest to nazwa wynalazku, którego nie wynaleziono w Polsce i, logicznie rzecz biorąc, ma nazwę obcego pochodzenia. Żaden z respondentów nie podkreślił leksemu *rower*, co dowodzi jego stu-procentowej asymilacji. Bardzo prawdopodobne jest, że został on uznany za wyraz polski.

Kolejna tabela ukazuje te zapożyczenia, które weszły do języka polskiego za pośrednictwem angielszczyzny, a pochodzą z innych języków:

Tabela 2. Zestawienie zapożyczeń z przybyłych z języków nieeuropejskich (zadanie pierwsze).

Leksemy	Język, z którego pochodzą	Procent studentów, którzy poprawnie rozpoznali zapożyczenia
husky	eskimoski	55%
gong	malajski	30%
panda	tybetański	10%
katamaran	tamili	5%
riksza	japoński	5%

Mimo że język angielski jest ogniwem pośredniczącym w procesie zapożyczania słów z języków nieeuropejskich, takie wyrazy, jak: *gong*, *husky*, *katamaran*, *panda*, *riksza*, weszły do polszczyzny wprost z języka angielskiego, ale nadal są silnie nacechowane swoistą egzotyką, orientalizmem i nie są rozpoznawane jako anglicyzmy. Wobec tego termin *anglicyzm* jest nieprecyzyjny i wymaga uszczegółowienia np. przez wyodrębnienie z niego mniejszych, lecz dokładniejszych jednostek terminologicznych, uwzględniających bardziej lub mniej złożony proces interferencji. Jak na podanym przykładzie widać, problematyka angielskich zapożyczeń, choć przez wielu badaczy poruszana, nie jest jeszcze ostatecznie uformowana nie tylko koncepcyjnie, ale i terminologicznie.

Zadanie drugie polegało na dopisaniu do anglicyzmów ich polskich odpowiedników, np. ang. *bokser* – pol. *pięściarz*. Zadanie to miało wykazać, jak bardzo anglicyzmy zakorzeniły się w polszczyźnie i czy wyparły z niej rodzime odpowiedniki. Jednocześnie jego celem było sprawdzenie znajomości obcych wyrażeń. Do zadania zostały wybrane następujące leksemy: *baby-sitter*, *boss*, *bukować*, *designer*, *folder*, *hit*, *industrialny*, *kidnaper*, *kreatywny*, *make-up*, *popcorn*, *poster*. Wszyscy ankietowani wiedzieli, że *popcorn* to inaczej ‘prażona kukurydza’. Również bardzo

dobrze zostały dopisane odpowiedniki polskie do wyrazów: *boss*, *baby-sitter* – 19 poprawnych odpowiedzi; *kidnaper* – 18 poprawnych odpowiedzi; następnie: *hit*, *kreatywny*, *poster* – po 16 poprawnych odpowiedzi; *make-up* – 15; *industrialny* – 14. Najwięcej kłopotów sprawiły trzy zapożyczenia: *designer* – 13 prawidłowych odpowiedzi oraz *bukować* i *folder* – po 12 poprawnych odpowiedzi. Pojawiły się także i błędy, np. trzech studentów przetłumaczyło dosłownie wyraz *hit* jako czasownik ‘uderzać’. Dla dwóch *make-up* to inaczej ‘malować’. Jedna osoba uznała, że odpowiednikiem słowa *kidnaper* jest ‘hazardzista, snajper’, a *bukować* – ‘notować coś’. Często respondenci nie dawali żadnej odpowiedzi.

Na podstawie tego zadania można zauważyć, że nie jest istotne, jak długo dana pożyczka funkcjonuje w języku, ponieważ więcej osób potrafiło określić, kim jest *boss* czy *baby-sitter*, niż jaki odpowiednik mają wyrazy *hit* i *folder*. Z drugiej strony, też nowsze anglicyzmy typu *bukować*, *designer* są mniej znane. Prawdopodobnie przyczyną tej nieregularności jest częstość występowania danych zapożyczeń w ogólnodostępnych źródłach typu prasa, reklama, telewizja.

Największe zróżnicowanie poprawnych i błędnych odpowiedzi wystąpiło w zadaniu trzecim. Do 20 zamieszczonych w nim anglicyzmów należało podać definicję. W tym celu zostały wykorzystane następujące pożyczki: *blog*, *clubbing*, *czatować*, *e-mail*, *fair play*, *head hunter*, *link*, *lunch*, *monitoring*, *New Age*, *reality show*, *replay*, *roaming*, *sale*, *second hand*, *spam*, *trend*, *VIP*, *wrestling*, *yuppie*. Wszyscy uczestnicy badania wiedzieli, jak zdefiniować anglicyzm *czatować*, ale już z innymi terminami z dziedziny Internetu nie wszyscy sobie poradzili. 16 osób poprawnie zdefiniowało wyraz *e-mail*; 13 osób poprawnie wyjaśniło, co oznacza *link*; 11 wiedziało, co to jest *spam*, a zaledwie 6 znało wyjaśnienie leksemu *blog*. Większość respondentów prawidłowo wyjaśniła takie terminy, jak: *replay*, *VIP* – 19 osób; *fair play*, *monitoring* – 18 osób; *head hunter* – 16 osób; *wrestling* – 15 osób; *lunch* – 13 osób; *sale* – 12; *roaming* – 11; *second hand*, *trend* – tylko 7 osób; *clubbing* – 6 osób; *yuppie* – 5 osób; *New Age* – zaledwie 4 osoby.

Zaskakujący jest fakt, że nie wszyscy potrafili poprawnie zdefiniować takie pojęcia, jak: *e-mail*, *fair play*, *lunch*, *reality show*, *second hand*, *trend*. Są to bardzo popularne zapożyczenia, obecne w prasie i telewizji, i wydawałoby się, że wszyscy, a zwłaszcza ludzie młodzi, powinni je znać. Zasadniczy problem polega na myleniu tych rzeczowników z wyrazami od nich pochodnymi lub na podawaniu bliskoznacznych odpowiedników, np. *reality show* dla ponad połowy respondentów to po prostu ‘program na żywo’. Jest to zbyt ogólna definicja, ponieważ nie każdy program

nadawany „na żywo” jest programem *reality show*. Nie należą do nich m.in. programy publicystyczne i serwisy informacyjne, a są nadawane bez uprzedniego nagrywania. Za poprawne można uznać jedno z określeń: 1) ‘program telewizyjny przedstawiający autentyczne zachowania ludzi w ich życiu codziennym albo sztucznie tworzonych okolicznościach’, 2) ‘program telewizyjny wykorzystujący autentyczne materiały nagrane, czasem nawet amatorską kamerą, na miejscu wypadku, katastrofy, napadu itp.; reality TV’, 3) ‘program telewizyjny przedstawiający rekonstrukcję autentycznych wydarzeń w wykonaniu aktorów i statystów; reality TV’ (WSWO). *Lunch* został uznany za ‘przerwę na obiad’, ‘pogawędkę przy kawie’, ‘obiad’, a jest to ‘lekki posiłek spożywany w porze południowej’ (WSWO). Niektóre z anglicyzmów były także tłumaczone na język polski dosłownie, np. *New Age* – dosł. ‘nowa era’. Nie można uznać tej odpowiedzi za definicję, ponieważ jest to nazwa ‘nowego ruchu schyłku XX wieku’, a dokładniej ‘ruchu w nauce, filozofii, psychologii, medycynie i muzyce zapowiadającego nadejście nowej, romantycznej ery, opartej na intuicji, łączącego racjonalizm z irracjonalizmem, odwołującego się do astrologii, okultyzmu, mądrości Wschodu i religii’ (WSWO). Przykłady innych błędnych definicji:

blog – ‘strona internetowa’ zamiast ‘dziennik/pamiętnik internetowy’,
clubbing – ‘rodzaj muzyki klubowej’, ‘przesiadkiwanie w pubie’ zamiast ‘spędzanie wolnego czasu w klubach rozrywkowych’,
e-mail – ‘wiadomość’, zamiast ‘poczta elektroniczna’ lub ‘wiadomość wysłana pocztą elektroniczną’, ‘adres użytkownika poczty elektronicznej’⁸,
head hunter – ‘ruszyć głową, myśleć’, ‘ciężka głowa, zmęczenie’ zamiast ‘łowca głów, czyli osoba zawodowo zajmująca się wyszukiwaniem pracowników do firm’,
reality show – ‘przedstawienie’,
sale – ‘sprzedaż’ zamiast ‘wyprzedaż, zwłaszcza sezonowa’⁹,
second hand – ‘używany’, ‘z drugiej ręki’ zamiast ‘sklep z używaną odzieżą’¹⁰,
spam – ‘pamięć internetowa’,
yuppie – ‘okrzyk hura!’

Za akceptowalne uznałam określenia typu ‘internetowe śmieci’ jako definicję *spamu* i ‘młode wilki’ na określenie znaczenia wyrazu *yuppie*.

⁸ Samo określenie ‘wiadomość’ nie musi oznaczać wiadomości typu *e-mail*.

⁹ *Sale* nie może oznaczać sprzedaży w ogóle, ponieważ używanie go w tak szerokim znaczeniu nie miałyby sensu.

¹⁰ Są to określenia nieprecyzyjne, choć można je uznać za zrozumiałe.

Jest to słownictwo o cechach socjolektalnych – charakterystyczne dla ludzi młodych, więc występowanie ich definicji w takiej postaci można uznać za prawidłowe.

Biorąc pod uwagę 20 ankiet i ogółem 50 anglicyzmów, wyniki przeprowadzonego badania przedstawiają się następująco:

- spośród wszystkich zapożyczeń angielskich we wszystkich ankietach wypełnionych przez bydgoskich studentów 63,5% odpowiedzi to odpowiedzi poprawne,
- płeć respondentów nie odegrała większej roli, jeżeli chodzi o znajomość angielskich zapożyczeń – poprawnie wskazało je 63% kobiet i 64% mężczyzn,
- najwyższym stopniem świadomości językowej odnośnie do zapożyczeń angielskich odznaczyli się studenci pochodzący z dużych miast (powyżej 350 tys. mieszkańców) – 74%; następnie studenci pochodzący z małych miasteczek (poniżej 150 tys. mieszkańców) – 68%; potem studenci pochodzący ze wsi – 61% i z miast o średniej wielkości (150 – 349 tys. mieszkańców);
- większego znaczenia nie miał także kierunek studiów; najlepiej ankietę wypełniła studentka I roku lingwistyki stosowanej (język angielski i język niemiecki) – 41 poprawnych odpowiedzi na 50 możliwych; także studentka I roku psychologii i studentka V roku politologii – 40 odpowiedzi prawidłowych; mimo to, w klasyfikacji ogólnej mężczyźni okazali się lepsi od kobiet o 1%, dwie osoby podały mniej niż 50% poprawnych odpowiedzi (w tym jedna zaledwie 34%); na wynik końcowy żadnego wpływu nie miał również wiek badanych,
- najłatwiejszym zadaniem okazało się polecenie drugie, polegające na dopisaniu odpowiedników rodzimych do zapożyczeń angielskich; udokumentowałam 79% poprawnych odpowiedzi; zadanie trzecie zostało zrealizowane poprawnie ogółem w 60%.
- najtrudniejsze okazało się pierwsze polecenie – rozpoznanie 18 z 30 wyrazów przybyłych do języka polskiego z angielszczyzny – 56% oznaczeń bezbłędnych.

Podsumowując, można stwierdzić, że jedynym czynnikiem mającym wpływ na świadomość językową jest miejsce zamieszkania. Jest to jednak kwestia dyskusyjna, gdyż istnieje o wiele więcej przyczyn warunkujących poziom świadomości językowej, a które były niemożliwe do stwierdzenia podczas badania. Chodzi tu np. o środowisko rodzinne, w jakim studenci się wychowywali, o edukację szkolną, której zostali poddani, czy o indywidualne cechy psychologiczne. Wyniki ankiety wskazują, że stopień zna-

jomości zapożyczeń angielskich, a więc adekwatnej do zagadnienia – świadomości językowej, jest średni i indywidualnie zróżnicowany. Zadowoleni z rezultatów mogą być także językowi puryści. Polskie określenia nie uległy jeszcze zapomnieniu, a najnowsze zapożyczenia nie są dostatecznie znane, aby mogły być używane zbyt często.

Można pokusić się o swoistą prognozę i przyjąć za bardzo prawdopodobne, że unormowanie się dotąd nieobjętych uzusem najnowszych anglicyzmów jest tylko kwestią czasu. Młode pokolenie Polaków bez większych oporów akceptuje przejawy językowej kultury postmodernistycznej i przypuszczalnie jeszcze szybciej przyswajając obce nazwy będą dzisiejsi gimnazjaliści, którzy jako potencjalni studenci będą operować nimi sprawniej. Trudno jednak stwierdzić, że wszystkie próbujące przeniknąć do języka polskiego zapożyczenia zostaną przyjęte przez jego użytkowników z otwartymi rękami...

Niniejszy artykuł pokazuje, jak silny wpływ na kształtowanie polszczyzny i świadomości językowej Polaków mają media. To, co na początku wydaje się być tylko modą językową, przejawem snobizmu, wkrótce może zyskać status „równouprawnienia językowego”. Stopień otwartości polszczyzny na zapożyczenia angielskie jest uzależniony od użytkowników języka, którzy wyrażają zgodę na zaistnienie w niej słów w ich przekonaniu potrzebnych lub odrzucają obcojęzyczne pomysły. Proces przyswajania pożyczek jest bardzo zróżnicowany pod względem ilościowym i jakościowym, co świetnie obrazuje ankieta przeprowadzona wśród bydgoskich studentów. Warto zatem obserwować zjawisko asymilacji anglicyzmów i chronić nasz język przed ekspansją wyrazów niepotrzebnych.

Wykaz skrótów

- EJP *Encyklopedia języka polskiego*, red. S. Urbańczyk, M. Kucala, wyd. trzecie poprawione i uzupełnione, Wrocław 1999.
- WIEM *Wielka Interaktywna Encyklopedia Multimedialna*, edycja WIEM 2004.
- WSWO *Wielki słownik wyrazów obcych PWN*, red. M. Bańko, Warszawa 2005.

Bibliografia

- Bugajski M., 1999: *Świadomość językowa a świadomość lingwistyczna. Społeczne i naukowe potrzeby kultury języka*, [w:] *Mowa rozświetlona myślą. Świadomość normatywno-stylistyczna współczesnych Polaków*, red. J. Miodek, Wrocław, s. 33-38.
- Mańczak-Wohlfeld E., 1994: *Angielskie elementy leksykalne w języku polskim*, Kraków.

- Mańczak-Wohlfeld E., 1995: *Tendencje rozwojowe współczesnych zapożyczeń angielskich w języku polskim*, Kraków.
- Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*, ed. S. Wehmeier, Oxford University Press 2005.
- Polish-English, English-Polish Dictionary* – wersja elektroniczna, <http://www.dict.pl>.
- Słownik polsko-angielski, angielsko-polski* – wersja elektroniczna, <http://www.ling.pl>.

English borrowings in contemporary Polish language based on example of women magazines and against a background of linguistic awareness of students from Bydgoszcz

Summary

The article is an analysis of Polish lexical system in the context of English influences on contemporary Polish language. The idea of lexical research is based on two kinds of researches – an analysis of English borrowings found in women magazines published in Poland and on existence these borrowings in linguistic awareness of Polish users. There were also taken into account such carrier of linguistic novelties as radio and television. The analysis of English borrowings was carried out on example of four magazines: “Caludia”, “Świat Kobiety”, “Olivia” and “Twój Styl”, which were being published regularly from October 2005 to March 2006. The group, which was chosen to research, was a group of Polish students of Kazimierz Wielki University in Bydgoszcz. The aim of this article was to show the powerful force of expansion of English lexical borrowings and a degree of their acquisition and approval by young people. It also includes answers to questions such as: What types of all English borrowings convert into Polish language the fastest? Are there a lot of them? What makes them converted to Polish lexical system so easily? Do users of Polish language understand new words and can use them correctly? Characteristic thing of this article is the context of realized researches, which includes also non-linguistics factors, from behind language system, which have considerable influence on development of the discussed subject.

Anna Kłaczyńska – magister filologii polskiej (specjalizacja: komunikacja społeczna), absolwentka Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy (2006). Praca magisterska *O wpływie języka angielskiego na współczesna polszczyznę* napisana pod kierunkiem prof. UKW dr hab. Marii Pająkowskiej-Kensik. W 2009 roku rozpoczęła studia doktoranckie na Wydziale Filologicznym Uniwersytetu Gdańskiego. Jej zainteresowania językoznawcze koncentrują się wokół problematyki oddziaływania języka angielskiego na rozwój polszczyzny, a także obejmują takie dyscypliny językoznawstwa, jak: pragmatyka, psycholingwistyka, socjolingwistyka, leksykografia.