

Anna Kaczmarek

Zakład Frazeologii i Kultury Języka Polskiego

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza

DOI: 10.14746/psj.2014.28.4

Anglicyzmy w artykułach dziennikarzy modowych a kryteria poprawności językowej

Wpływ języka angielskiego na współczesną polszczyznę jest zjawiskiem widocznym w wielu dziedzinach życia, a także często analizowanym w pracach polskich językoznawców¹. Jak zauważa Elżbieta Sękowska, „anglicyzmy, czyli wyrazy, zwroty lub konstrukcje składniowe przejęte z języka angielskiego albo na nim wzorowane, są traktowane jako pożyczki chronologicznie najpóźniejsze w polszczyźnie, a jednocześnie bardzo ekspansywne, szczególnie od drugiej połowy XX wieku”². Przyczyn wzbogacania języka angielskimi jednostkami leksykalnymi należy upatrywać zarówno w postępie technologicznym oraz globalizacji, jak i w fascynacji kulturą amerykańską oraz postępującej mediatyzacji. Władysław Lubaś zaznacza również, że „przyczyny przejmowania słownictwa angielskiego do polskiej komunikacji są głębsze niż zwyczajna głupota i prymitywizm kulturalny. Leżą one w nowych zjawiskach socjalnych, mianowicie w dominacji wartości użytecznych nad duchowymi (patriotycznymi, narodowymi), w praktycyzmie nowej, rodzącej się klasy średniej”³. Oczywiście jest jednak, że wpływ angielszczyzny ma dużo szerszy społeczny zasięg, który, jak zauważa Antonina Grybosiova, przenika „grupy pokoleniowe, zawodowe (środowno informatyków), naukowe. Obejmuje mężczyzn i kobiety z niewielkimi

¹ O wpływie zapożyczeń angielskich na polszczyznę, a także o amerykanizacji polskiej kultury oraz języka pisałam również w pracy magisterskiej *Amerikanizacja polszczyzny w polskich serialach obyczajowych* napisanej na seminarium prof. UAM dr hab. Anny Piotrowicz w Instytucie Filologii Polskiej UAM w roku 2012.

² E. Sękowska, *Wpływ języka angielskiego na słownictwo polszczyzny ogólnej*, „Poradnik Językowy” 2007, z. 5, s. 44.

³ W. Lubaś, *Polszczyzna wobec najnowszych przemian społecznych*, w: *O zagrożeniach i bogactwie polszczyzny*, red. J. Miodek, Wrocław 1996, s. 157.

tylko różnicami w słownictwie (moda kontra motoryzacja)⁷⁴. Coraz większa potrzeba, ale także konieczność używania przede wszystkim angielskiej leksyki sprawia, że frekwencja zapożyczeń widocznie wzrasta nie tylko w profesjolektach, lecz w polszczyźnie codziennej niemal wszystkich użytkowników języka. Ponieważ przejmowanie obcych wzorów zachowań komunikacyjnych nie zawsze odbywa się zgodnie z wolą mówiących, lecz narzucane jest przez postęp technologiczny, a w szczególności przez zamerykanizowane środki masowego przekazu, badacze języka coraz częściej wyrażają swoje obawy co do przyszłości języka polskiego, a niektórzy wieszczą nawet zastąpienie języka narodowego angielszczyzną w odmianie amerykańskiej. Choć wszelkie deprecjacyjne poglądy na temat języka polskiego oraz apokaliptyczne wizje jego rychłego końca jako narzędzia komunikacji często wygłaszane są na wyrost, istotna wydaje się analiza tekstów prasowych pod względem nadmiernej eksploatacji zapożyczeń z angielszczyzny. Dlatego też prymarnym celem tego artykułu jest omówienie anglicyzmów występujących w artykułach modowych, publikowanych w prasie kobiecej, ponieważ właśnie w tekstach związanych z tą tematyką frekwencja zapożyczeń jest największa. Ponadto znacząca jest również charakterystyka tychże pożyczek w konfrontacji ze stosowanymi współcześnie przez normatywistów kryteriami oceny elementów językowych, która nie tylko pozwoli ocenić środki leksykalne pod względem przydatności w języku, ale będzie także pomocna przy próbie sformułowania wniosków, czy można mówić obecnie o kształtowaniu się profesjolektu dziennikarzy modowych, czy też stosowana przez nich terminologia angielska motywowana jest zupełnie innymi czynnikami niż konieczność porozumiewania się w grupie zawodowej oraz z odbiorcami tekstów prasowych (w praktyce: z czytelniczkami).

Zgodnie z zawartą w *Słowniku terminologii medialnej* definicją języka w prasie, należy zaznaczyć, że jest on zawsze „w przeciwieństwie do języka w radiu, a w znacznej mierze i języka telewizji [...] językiem pisanym, co narzuca obowiązek szczególnej dbałości o poprawność zapisu (ortograficzną i interpunkcyjną), konsekwencję w utrzymaniu wybranego stylu, staranność składniową i należyty dobór wyrazów”⁷⁵. Okazuje się jednak, że wymieniona wśród założeń definicyjnych dbałość o wybór właściwych środków leksykalnych w tekstach prasowych jest coraz rzadziej przestrzegana. Jak zauważył Andrzej Markowski, „współcześnie zarzut niepotrzebnego używania wyrazów obcych w środkach upowszechniania informacji, »zalewu wyrazami obcymi, zwłaszcza anglicyzmami«, jest jednym z najczęściej wysuwanych oskarżeń pod adresem języka mediów”⁷⁶. Nadmierna eksploatacja zapożyczeń angielskich widoczna

⁷⁴ A. Gryboszowa, *Język wtopiony w rzeczywistość*, Katowice 2003, s. 175.

⁷⁵ W. Pisarek (red.), *Słownik terminologii medialnej*, Kraków 2006, s. 87.

⁷⁶ A. Markowski, *Jawne i ukryte nowsze zapożyczenia leksykalne w mediach*, w: *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk i K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa 2000, s. 96.

jest także w analizowanej tu prasie kobiecej, czyli w takich czasopismach, jak: dwutygodniki „Flesz” (gwiazdy & styl, F), „Party” (P), „Show” (S) i „Grazia” (G) oraz miesięczniki „Twój Styl” (TS), „Hot. Moda & Shopping” (H) oraz „In-Style” (IS)⁷. Materiał językowy wyekscerpowany został zarówno z artykułów dziennikarzy redakcyjnych, jak i z tekstów autorstwa projektantów mody, stylistów, blogerów oraz reżyserów pokazów mody, które ukazywały się na łamach wymienionych czasopism od stycznia do maja 2013 roku. O znaczeniu mody, definiowanej jako ‘styl ubierania się charakterystyczny dla danej epoki’ oraz ‘zespół norm dotyczący zewnętrznego wyglądu człowieka (jego ubioru, obuwia, fryzury), panujących, lansowanych przez pewien czas’, a także o jej znaczącym rozwoju w ciągu kilkunastu lat wspomina założycielka marki La Mania, Joanna Przetakiewicz, która stwierdza, że właśnie „za sprawą kolorowej prasy, portali modowych, które zamieszczają relacje z pokazów światowych projektantów, dzięki blogom tworzonym z pasji do mody, analizom najlepszych dziennikarzy i stylistów Polacy poznają trendy na bieżąco”⁸. W tekstach prasowych tak licznej grupy osób zajmujących się zawodowo m.in. opisywaniem najnowszych tendencji w modzie, zauważalna jest coraz wyższa frekwencja terminologii zapożyczonej z języka angielskiego. W niniejszym artykule przyjęto, zgodnie z ustaleniami Aleksandra Wilkonia, że profesjolekt to odmiana języka „o względnie czystej funkcji zawodowej [...] tutaj realizuje się formuła: potoczność + słownictwo specjalne, co nie znaczy, aby obowiązywała ona we wszystkich wypadkach jako formuła sztywna”⁹. Ponadto, ze względu na potrzebę ujednoczenia omawianej tu grupy zawodowej, autorzy analizowanych tekstów nazywani będą dalej dziennikarzami, zgodnie z definicją, iż „w Polsce wg prawa prasowego dziennikarzem jest »osoba zajmująca się redagowaniem, tworzeniem lub przygotowywaniem materiałów prasowych, pozostająca w stosunku pracy z redakcją albo zajmująca się taką działalnością na rzecz i z upoważnienia redakcji«”¹⁰. Jak już wcześniej wspomniano, by ocenić anglicyzmy modowe jako terminologię konstytutywną profesjolektu dziennikarzy lub też jako słownictwo motywowane innymi czynnikami, konieczne będzie spojrzenie na tego typu zapożyczenia przez pryzmat kryteriów poprawności językowej.

Zgodnie z ustaleniami Bogdana Walczaka, przyjęto, że kryterium oceny innowacji językowych to miernik, który powinien „umożliwić odpowiedź na pytanie, czy dana forma jest poprawna, czy błędna, dobra, czy zła”¹¹. Choć wśród językoznawców pojawiły się głosy weryfikujące, a także podważające zasadność wyróżnionych przez badacza kryteriów mających praktyczne zastosowanie wśród

⁷ Skrótty tytułów czasopism znajdują się również na końcu artykułu.

⁸ J. Przetakiewicz, *Cudze chwalicie...*, „Flesz” 2013, nr 8, s. 38.

⁹ A. Wilkoń, *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny*, Katowice 1987, s. 101.

¹⁰ W. Pisarek, op. cit., s. 45.

¹¹ B. Walczak, *Przegląd kryteriów poprawności językowej*, „Poradnik Językowy” 1995, z. 9–10, s. 2.

normatywistów¹², w tym artykule materiał językowy poddany został analizie zgodnie z kryteriami wystarczalności, ekonomiczności języka, funkcjonalnym, uzualnym, autorytetu kulturalnego oraz estetycznym. Nie zostanie tu wykorzystane kryterium narodowe, gdyż zestaw wskazanych kryteriów służy nie tylko ocenie rodzimych jednostek językowych, ale i zapożyczonych, bo — jak napisał Bogdan Walczak — „żadnej formy językowej nie można uznać za złą, błędną tylko dlatego, że jest ona obcego pochodzenia”¹³.

Podstawowym miernikiem umożliwiającym ocenę innowacji językowych, a tym samym także zapożyczeń angielskich stosowanych w tekstach dziennikarzy modowych, jest kryterium wystarczalności języka, które Andrzej Markowski sformułował następująco: „poprawne są takie nowe wyrazy, połączenia wyrazowe itp., które uzupełniają zasób środków językowych przez wprowadzenie elementów nazywających (nominatywnych) lub ekspresywnych”¹⁴. Zgodnie z tym stwierdzeniem, uzasadnione zatem wydaje się użycie takich leksemów, jak: *blezer* ‘dość długi, luźny żakiet, zwykle dziany z wełny, bez kołnierza i usztywnień’ (SZAwP)¹⁵, np. *Szyfonowe koszule, zamaszyste spódnice, etniczne kamizelki i akksamitne blezery wróżą udaną imprezę* (H 1/13), *dżet* ‘czarny, błyszczący paciorek, używany do zdobienia kobiecego stroju’ (SZAwP), np. *Kopertówki z ćwiekami, dżetami i kolcami trzymają się mocno już kolejny sezon* (F 27/12/), czy *jegginsy* ‘obcisłe elastyczne spodnie damskie imitujące džinsy’, np. *Noś je do jegginsów lub skórzanych spodni* (F 2/13). O poprawności tego typu leksemów świadczy także ich adaptacja morfologiczna i fleksyjna w polszczyźnie oraz brak konieczności tworzenia ich synonimów na gruncie rodzimym. Nie powinno się zatem kwestionować użycia takich anglicyzmów, jak: *denim* ‘mocna tkanina bawełniana, zwykle w kolorze niebieskim, używana przede wszystkim na kombinezony i spodnie’ (SZAwP), np. *Węzowy motyw doskonale wygląda w duecie z denimem* (F 7/13), a także *teksas* ‘gruba, sztywna tkanina bawełniana, przeważnie niebieska lub granatowa, będąca polskim naśladownictwem džinsu’ (SZAwP), np. *Co prawda nie były to szpilki, ale bardzo modne w latach 70. koturny z teksasu z żółtym serduszkiem* (G 2/13), oraz *tweed* ‘tkanina luźno tkana z grubej, wełnianej, zgrzebnej przędzy, o splocie skośnym, zwykle w drobne, kolorowe supelki, używana na płaszcze, spodnie, kostiumy itp.’ (SZAwP), np.

¹² A. Markowski i in., *Nowe spojrzenie na kryteria oceny elementów językowych*, w: *Norma językowa w aspekcie teoretycznym i pragmatycznym*, red. A. Piotrowicz, M. Witaszek-Samborska, K. Skibski, Poznań 2011, s. 11–49.

¹³ B. Walczak, op. cit., s. 14.

¹⁴ A. Markowski *Kultura języka polskiego. Teoria. Zagadnienia leksykalne*, Warszawa 2005, s. 49.

¹⁵ Definicje anglicyzmów podane za: E. Mańczak-Wohlfeld (red.), *Słownik zapożyczeń angielskich w polszczyźnie*, Warszawa 2010 (dalej skrót: SZAwP). Definicje zapożyczeń angielskich nienotowanych dotąd w słownikach zostały utworzone przez autorkę artykułu na podstawie kontekstów prasowych.

Słodczy, elegancja i kolory lat 60., współczesna swoboda oraz tweed, który tej wiosny gra pierwsze skrzypce (G 8/13), i *dżersej* ‘dziana tkanina wełniana, bawełniana, jedwabna lub z włókien sztucznych’ (SZAwP), np. *Sukienka z wiskozy i dżerseju bawełnianego* (IS 3/13). Wątpliwości budzić może jednak taki leksem, jak *fashionistka* ‘osoba interesująca się modą, podążająca za modą’, np. *Nie jest tajemnicą, że stroje aktorki wzbudzają zachwyt ekspertów mody, a jej styl kopiuje wiele fashionistek* (G 6/13), ponieważ zamiennie często stosowane jest nie tak obco brzmiące zestawienie jak *fanka mody*, np. *Każda z tych rzeczy błyszczy na swój sposób. Dlatego żadna fanka mody nie przejdzie obok nich obojętnie* (IS 3/13). Z kolei za zbędne, a zatem niepoprawne, należy uznać takie jednostki leksykalne, które dublują istniejące już w polszczyźnie wyrazy. Wśród nich wyróżnić można leksemy typu: *shopping* ‘zakupy; najczęściej kupowanie ubrań i akcesoriów’, np. *Czas na shopping: 40 par butów na wiosnę* (F 4/13), oraz *fashion* ‘moda’, np. *A przecież Maja uważa się za znawczynię branży fashion* (F 27/12), jak również *backstage* ‘za kulisami’, np. *Backstage pokazu Agnieszki Maciejak pod patronatem marki Revlon* (F 2/13), czy *basic* ‘podstawowe elementy garderoby; klasyczny strój’, np. *Ciuchy z najlepszych kolekcji łączy z tymi typu basic* (F 7/13), *Elementy typu basic nigdy cię nie zawiodą* (S 1/13). Poprawność tego typu dubletów leksykalnych jest najczęściej kwestionowana ze względu na niefunkcjonalność komunikacyjną. O ile wyraz *backstage* można uznać za element nomenklatury twórców pokazów mody, to pozostałe leksemy, takie jak *fashion*, *shopping* czy *basic*, nie stanowią słownictwa specjalistycznego, bez którego artykuł traktujący o modzie stałby się komunikatem niezrozumiałym.

Wśród wyekscerpowanych anglicyzmów znalazło się wiele takich jednostek, których zasadność użycia należy ocenić przez pryzmat kryterium ekonomiczności środków językowych. Poprawne zatem będą te wyrazy, które z perspektywy nadawcy cechują się skrótowością, ale pozostają precyzyjne dla odbiorcy¹⁶. Jednym z takich leksemów jest *look* ‘wygląd; stylizacja; ubiór’, który ze względu na ekonomiczność zastępuje w artykułach modowych wszystkie polskie odpowiedniki, np. *Jeśli wieczorowa suknia wydaje ci się zbyt oficjalna, a koktajlowa za mało elegancka, idealny okaże się smokingowy look* (IS 3/13). Okazuje się jednak, że adaptacja fleksyjna tego wyrazu prowadzi do niejednoznaczności semantycznej, np. *Tym razem nie jest zarezerwowany wyłącznie dla sportowych looków* (H 1/13), *Na wiosennym pokazie Driesa van Notena w jednym „looku” znalazły się: dopasowana kwiecista spódnica, kraciasta koszula i marynarka-bezrękawnik też w kratkę, jednak w innym kolorze* (TS 3/13). W ostatnim z przytoczonych zdań niecodziennosc użycia anglicyzmu zaznaczona została cudzysłowem, tym bardziej dziwi więc zastosowanie tego typu środka językowego przez autora tekstu.

¹⁶ A. Markowski, *Kultura...*, s. 50.

Ekonomiczność cechuje także takie zapożyczone zestawienie, jak *total look* ‘ubiór od stóp do głów w jednym kolorze lub wykonany z jednego rodzaju tkaniny’, np. *Metaliczny total look to hit* (F 27/12). Jednak, podobnie jak w przypadku wyrazu *look*, wątpliwości poprawnościowe budzi niejasność semantyczna, co przyczynia się do tworzenia takich wyrażań pleonastycznych, jak np. *W tym sezonie króluje jednokolorowy total look* (G 4/13). Okazuje się także, że użycie tego anglicyzmu nie jest konieczne, by artykuł modowy był w pełni zrozumiały. Tę samą treść wyrażają takie zdania, jak np. *Supermodne jest teraz noszenie jednego koloru od góry do dołu, więc świetnym rozwiązaniem będą też buty w kolorze ubrania* (IS 3/13); *Noś razem (od stóp do głów!) graficzne kratki, kwiatki, węzowe i fotograficzne printy* (F 6/13). Taka egzemplifikacja pozwala na stwierdzenie, że ze względu na ekonomiczność języka leksemy typu *look* i *total look* stanowią zapożyczenia zbędne w artykułach o tematyce modowej. W tekstach tych funkcjonują jednak także anglicyzmy cechujące się zarówno skrótowością, jak i precyzją, m.in. takie leksemy jak *pre-spring* ‘przedwiosenny’, np. *Kopertówki z kolekcji pre-spring znajdziesz w internetowym sklepie projektanta* (H 4/13), oraz *pre-fall* ‘przedjesienny’, np. *W kolekcji pre-fall 2013 (przedjesiennej) odwołuje się do subkultury harleyowców [...]* (H 3/13).

Innowacje językowe, w tym zapożyczenia zewnętrzne, oceniane są także pod względem kryterium funkcjonalnego. Jak pisze Walczak, „dobre, poprawne jest to, co jest zgodne z funkcją pełnioną przez daną wypowiedź, natomiast złe, błędne — to, co pozostaje z tą funkcją w dysharmonii lub sprzeczności”¹⁷. Co istotne dla niniejszych rozważań, badacz zaznacza również, że użycie konkretnych elementów językowych uzasadnione w jednym tekście może być rażące i niefunkcjonalne w innej wypowiedzi¹⁸. Przykładem takiego zjawiska jest leksem *playlista* ‘lista nagrań odtwarzanych przez daną radiostację’ (SZAwP), którego znaczenie notowane dotąd w słownikach uległo rozszerzeniu i termin ten stosuje się także w odniesieniu do ‘listy utworów odtwarzanych przez programy komputerowe oraz urządzenia typu mp3 oraz iPod’. Mimo większej ekstensji semantycznej wyraz ten nadal nie znajduje zastosowania w tekstach o tematyce modowej, jak np. *Na wiosennej playliście znalazły się trapezowe mini, pudelkowe płaszcze i sukienki w graficzne wzory* (F 7/13). Analogicznie jako niefunkcjonalny należy ocenić wyraz *evergreen* ‘przebój muzyczny, którego popularność nie słabnie mimo upływu czasu’ (SZAwP), zastosowany w takim zdaniu, jak np. *Ten modowy evergreen idealnie uzupełni tegoroczne trendy* (S 6/13). Ponadto autorzy tekstów związanych z modą odzieżową coraz częściej używają anglicyzmu *miks* oraz utworzonego od niego czasownika *miksować*. Zarejestrowane w *Słowniku zapożyczeń angielskich w polszczyźnie* znaczenia tych wyrazów nie nawiązują do tematyki mody, lecz do telewizji, filmu, technologii oraz kulina-

¹⁷ B. Walczak, op. cit., s. 7.

¹⁸ Ibidem.

riów. W analizowanych tu artykułach najważniejsze jednak wydaje się dosłowne znaczenie angielskiego wyrazu *mix* ‘mieszać, mieszanka’, jak np. **Miksuj printy!** *Nadal łączymy ubrania o różnych wzorach, głównie jednak szukamy takich, w których ktoś pomieszał je za nas* (G 2/13) lub np. **Miks skóry i zielono-brązowego zamszu wycinanego w ażurowe wzory. Misterna robota!** (H 1/13). O ile znaczenie angilicyzmów w przytoczonych zdaniach nie stwarza trudności percepcyjnych, to zdanie *Nie łącz dżinsu z dżinsem ani skóry ze skórą, to jest zbyt mocne. Lepiej je ze sobą miksować* (IS 4/13) nie cechuje się już taką jednoznacznością semantyczną. Choć odbiorca ostatecznie zrozumie, że autor zaleca łączenie ubrań dżinsowych z tymi ze skóry, użyte w tym kontekście zapożyczenie czyni to sformułowanie niejasnym znaczeniowo, a o zbędności tego typu angilicyzmu świadczy także zastosowanie w tekstach jego polskich, funkcjonalnych odpowiedników.

Istotne przy ocenie innowacji językowych jest również kryterium uzualne, zgodnie z którym „dobre, poprawne jest to, co ma oparcie w uzusie (jest mniej lub bardziej powszechnie używane, osiągnęło znaczny stopień rozpowszechnienia), natomiast złe, błędne — to, co nie ma w nim oparcia [...]”¹⁹. W przypadku niniejszych rozważań uzus stanowią, rzecz jasna, analizowane teksty prasowe, a głównym celem badań jest ustalenie, czy mające szerokie zastosowanie angilicyzmy modowe należą do słownictwa specjalistycznego i ich obecność w artykułach o tej tematyce jest konieczna, czy też ekspansywność pewnych zapożyczeń ma jedynie uatrakcyjnić przekaz. Wśród tego typu wyrazów wyróżnić należy leksem *print* ‘wzór, nadruk, motyw na ubraniu’, który niemal we wszystkich analizowanych tekstach z powodzeniem wypiera wszystkie polskie odpowiedniki, np.: *Pasją do **printów** zaraziły się następnie Mediolan i Paryż* (H 3/13); *Bella Heathcote wprowadziła nas w nostalgiczny nastrój, zakładając sukienkę Mary Katrantzou z **nadrukami** niczym ze starych znaczków pocztowych. Projektantka słynie z niezwykłych **printów** przedstawiających np. barokowe wnętrza* (S 9/13), czy też *Kochamy **printy** i wzory. [...] Tropikalne motywy to jeden z wiodących trendów sezonu!* (G 6/13). Przytoczone zdania pokazują, że leksemu *print* nie należy zaliczać do profesjonalizmów modowych, chociażby ze względu na jego wieloznaczność konotacyjną. Poza tym w podanych przykładach jest on dubletem leksykalnym takich wyrazów, jak *nadruk* czy *wzór*, co świadczy, że jego użycie nie jest motywowane specjalistycznym znaczeniem. Dowodzą tego również takie zdania jak: *Słynąca z oryginalnych, cyfrowych **nadruków** projektantka zabrała nas w daleką modową podróż* (H 5/13); *Dla najodważniejszych i modowo najbardziej zaawansowanych zarezerwowane jest łączenie kratki z innymi **wzorami** — kwiatowymi lub roślinnymi* (G 2/13), w których do wyrażenia podobnej treści nie były konieczne zapożyczenia angielskie.

¹⁹ B. Walczak, op. cit., s. 11.

Zarówno w kategorii tematycznej, jaką jest moda odzieżowa, jak i w kwestii zastosowania związanych z nią anglicyzmów w tekstach prasowych, trudno o ocenę stosowanych środków językowych na podstawie kryterium autorytetu kulturalnego, czyli przez pryzmat zasad wyznawanych przez grupę osób, która cieszyłaby się autorytetem językowym w tematyce zjawisk i leksyki związanych z modą. Zgodnie z założeniami normatywistów, a także dotychczasową egzemplifikacją w tym artykule, autorytetem nie mogą być dziennikarze, bo — jak piszą Andrzej Markowski i współautorki — „czy to prasowi, czy telewizyjni (nie mają przygotowania językowego, ulegają modzie, posługują się kalkami)”²⁰. Można jednak rozważyć, czy autorytetu nie stanowią osoby niejako najważniejsze w tej dziedzinie, czyli projektanci mody, których teksty także publikowane są na łamach prasy kobiecej. W artykułach tych nie dostrzega się tak ekspansywnej angielszczyzny, jaką zauważyć można w wypowiedziach dziennikarzy, a stosowane przez projektantów zapożyczenia dotyczą przede wszystkim aspektów technicznych związanych z tworzeniem odzieży, jak chociażby przytoczone wcześniej nazwy materiałów czy określenia kolekcji ubrań, które można by zaklasyfikować jako swoiste elementy profesjolektu. Okazuje się jednak, że ten sposób pisanie o modzie nie stanowi dla dziennikarzy, a w tym także komentatorów mody i stylistów, wzoru godnego naśladowania, gdyż nasycają oni swoje przekazy także anglicyzmami zbędnymi, które są niefunkcjonalne i wynikają ze snobizmu oraz z bezmyślnego ulegania modzie językowej²¹.

Do oceny innowacji językowych zastosować można również kryterium estetyczne, zgodnie z którym „pożądane jest to, co piękne, co się zaleca swoimi walorami estetycznymi, natomiast niepożądane — to, co jest tych walorów pozbawione”²². Takiej ocenie podlegać powinny m.in. wypowiedzi pełniące funkcje normotwórcze i kulturotwórcze, w tym gatunki dziennikarskie, w których jednym z mankamentów estetycznych jest nadużywanie wyrazów obcych²³. W analizowanych tu tekstach prasowych wyróżnić można wiele niekomunikatywnych nagromadzeń anglicyzmów, których treść mogłaby zostać wyrażona przez zastosowanie polskich środków leksykalnych. Mowa tu o takich zdaniach, jak np.: *Galaktyczne **printy** pojawiają się nie tylko na **casualowych** bluzach i **T-shirtach**, lecz także w wydaniu wieczorowym* (F 1/13); *Rita Ora [...] włożyła **casualowy T-shirt z printem*** (F 6/13); *Do króciutkich szortów noś koszulę w kratkę albo **oversize’owy T-shirt z printem*** (F 8/13); *Groszkowy **total look** jest teraz bardzo **trendy*** (F 4/13). Nadużywanych w tego typu zdaniach określeń *oversize* ‘za duży; ponad rozmiar’ oraz *casualowy* ‘codzienny, swobodny ubiór’ nie można przecież zaliczyć do słownictwa specjalistycznego, mają one bowiem

²⁰ A. Markowski i in., *Nowe spojrzenie...*, s. 29.

²¹ Pisałam o tym w artykule: *Moda na angliczmy modowe w prasie kobiecej* [w druku].

²² B. Walczak, op. cit., s. 15.

²³ A. Markowski i in., *Nowe spojrzenie...*, s. 32–34.

polskie odpowiedniki, na szczęście także funkcjonujące w owych tekstach, np.: *Hitem są wygodne spodnie o jeden rozmiar za duże* (H 5/13); *A konkretnie chodzi o wprowadzenie do codziennej mody miejskiej sportowych ubrań* (H 5/13).

Chcąc podsumować niniejsze rozważania, należy przede wszystkim ocenić, czy nadmierne eksploatowanie w artykułach o tematyce modowej zapożyczeń angielskich stanowi zabieg motywowany potrzebami polszczyzny. Analiza anglicyzmów za pomocą kryteriów poprawności językowej pozwala stwierdzić, że zastosowanie większości tego typu leksemów nie jest motywowane ich funkcją nominatywną. Ponadto słownictwo pozornie ekonomiczne często okazuje się nieprecyzyjne semantycznie oraz niefunkcjonalne komunikacyjnie, a liczne nagromadzenia zapożyczeń w obrębie jednego artykułu rażą pod względem estetycznym. Istotne jest również to, że w większości przypadków treść wyrażoną przez anglicyzmy można jaśniej i prościej przekazać za pomocą rodzimych środków językowych. Nietrudno zatem stwierdzić, że większość analizowanych zapożyczeń nie należy do słownictwa specjalistycznego, choć niektóre wskazują na kształtowanie się nowego profesjolektu (m.in. nazwy tkanin i określenia nowych kolekcji ubrań). Ponadto motywacji zastosowania takiej zapożyczonej leksyki należy upatrywać w chęci uatrakcyjnienia przekazu (często jedynie z perspektywy nadawcy) oraz w potrzebie wzmocnienia jego funkcji perswazyjnej, a także w potrzebie nadania tekstom prasowym bardziej prestiżowego wymiaru.

SKRÓTY TYTUŁÓW CZASOPISM

- F — „Flesz”
G — „Grazia”
H — „Hot. Moda & Shopping”
IS — „InStyle”
P — „Party”
S — „Show”
TS — „Twój Styl”

LITERATURA

- Grybosiova A., *Język wtopiony w rzeczywistość*, Katowice 2003.
Lubaś W., *Poliszczyna wobec najnowszych przemian społecznych*, w: *O zagrożeniach i bogactwie polszczyzny*, red. J. Miodek, Wrocław 1996, s. 153–161.
Mańczak-Wohlfeld E. (red.), *Słownik zapożyczeń angielskich w polszczyźnie*, Warszawa 2010.
Markowski A., *Jawne i ukryte nowsze zapożyczenia leksykalne w mediach*, w: *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk i K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa 2000, s. 96–111.
— *Kultura języka polskiego. Teoria. Zagadnienia leksykalne*, Warszawa 2005.

- Markowski A. i in., *Nowe spojrzenie na kryteria oceny elementów językowych*, w: *Norma językowa w aspekcie teoretycznym i pragmatycznym*, red. A. Piotrowicz, M. Witaszek-Samborska, K. Skibski, Poznań 2011, s. 11–49.
- Pisarek W. (red.), *Słownik terminologii medialnej*, Kraków 2006.
- Przetakiewicz J., *Cudze chwalicie...*, „Flesz” 2013, nr 8, s. 38.
- Sękowska E., *Wpływ języka angielskiego na słownictwo polszczyzny ogólnej*, „Poradnik Językowy” 2007, z. 5, s. 44–53.
- Walczak B., *Przegląd kryteriów poprawności językowej*, „Poradnik Językowy” 1995, z. 9–10, s. 1–16.
- Wilkoń A., *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny*, Katowice 1987.

Anna Kaczmarek

Anglicisms in the Articles of Fashion Journalists and the Criteria of Linguistic Correctness

The article deals with the subject of expansive borrowings from English, encountered in the texts of fashion journalists published in the pages of women's magazines. The Anglicisms in question have been characterized in confrontation with the criteria of evaluation of linguistic innovation used today by normativists, namely: the criterion of self-sufficiency, language economy and also the functional, visual and aesthetic criteria. The analysis of this lexis renders possible its evaluation with regard to usefulness in the Polish language, but also makes it possible to formulate conclusions whether we can talk today about the process of creation of a professional jargon of fashion journalists.

Keywords: borrowings from English, women's magazines, criteria of linguistic correctness, Anglicisms in fashion terminology