

Beata Kacperska*

ZJAWISKO MIGRACJI LEKSEMÓW Z ANGIELSZCZYZNY DO POLSZCZYZNY (NA PRZYKŁADZIE NOWEGO SŁOWNICTWA INTERNETOWEGO)

Internacjonalizacja leksyki jest jedną z czterech podstawowych tendencji rozwojowych języka polskiego początku XXI w.¹, wśród których wyróżnia się także rozrost słownictwa, nobilitację niektórych jego warstw i przemieszanie leksykalno-stylistyczne tekstów (Markowski 2018: 289). Zjawisko upowszechniania anglicyzmów² łączy się przede wszystkim z dwoma czynnikami – rozwojem internetu oraz globalną znajomością języka angielskiego i swobodnym przełączaniem kodów językowych. Utrzymująca się popularność serwisów społecznościowych typu YouTube, Facebook, Twitter czy Instagram, a także encyklopedii (Wikipedia, Regiopedia), komunikatorów internetowych (Skype), portali aukcyjnych (Allegro) itd. spowodowała, że ich użytkownicy zapożyczyli słownictwo internetowe z języka angielskiego i stosują je już nie tylko w wirtualnym komunikowaniu się z innymi, ale również w życiu realnym. Celem artykułu jest podsumowanie moich dotychczasowych badań dotyczących najnowszej polskiej leksyki internetowej, w której zauważa się znaczący wpływ angielszczyzny. Podstawowe pytania badawcze brzmią: jakie tendencje uwidaczniają się w przyjmowaniu i przyswajaniu

* Mgr Beata Kacperska, Uniwersytet Łódzki.

¹ Powszechnie uważa się, że język angielski zaczął wpływać na język polski w XX wieku, ale pierwsze leksykalne migracje tego typu zauważa się dużo wcześniej. Jak we wstępie do „Słownika zapożyczeń angielskich w polszczyźnie” zaznacza Elżbieta Mańczak-Wohlfeld (2010: 8), zapożyczenia angielskie pojawiają się już w najstarszej polskiej gazecie „Merkuriusz Polski Ordynaryjny”, którą wydawano w 1661 r. Były to następujące wyrazy: *lord*, *lord major*, *milord*, *spiker*. Z upływem wieków słów pochodzących z języka angielskiego pojawiało się w polszczyźnie coraz więcej, a ich największy przyrost przypada na czasy współczesne.

² Anglicyzm to „jednostka leksykalna, która charakteryzuje się fonetyką oraz morfologią angielską i przedostała się z języka angielskiego do polszczyzny” (Mańczak-Wohlfeld (red.) 2010: 10).

wyrazów tematycznie związanych z internetem, w jakiej postaci funkcjonują anglicyzmy tego typu w polszczyźnie, których zapożyczeń³ w badanym polu semantycznym jest obecnie więcej – całkowitych czy częściowo przyswojonych.

Już podczas kwerendy okazało się, że nowych, zapożyczonych określeń w języku użytkowników internetu jest bardzo dużo i nie ograniczają się one wyłącznie do modnych nazw osobowych typu *youtuber*, *vloger* czy *influencer*. Materiał badawczy znacznie się powiększył, przez co nie sposób było wybrać wyłącznie pojedyncze leksemy, a resztę pominąć. Z tego względu rozszerzyłam swoje analizy, dzieląc je na trzy etapy. Na pierwszym z nich przedmiotem moich dociekań były rzeczowniki osobowe⁴, na drugim – czasowniki⁵, a na trzecim – rzeczowniki nieosobowe przedstawione w niniejszym artykule. Podstawowym celem badawczym było uporządkowanie nowych leksemów i próba klasyfikacji derywatów z wykorzystaniem głównie analizy słowotwórczej. Pod uwagę zostały wzięte leksemy używane przez polskich użytkowników nowych mediów, które są notowane w słownikach internetowych, występują w poradniach językowych i artykułach publikowanych na portalach. Na podstawie internetowych źródeł leksykograficznych, do których należą: *Obserwatorium Językowe UW. Najnowsze słownictwo polskie* (nowewyrazy.uw.edu.pl), *Słownik Języka Polskiego PWN* (sjp.pwn.pl), *Miejski słownik slangu i mowy potocznej* (miejski.pl), *Wielki słownik języka polskiego PAN* (wsjp.pl), *Internetowy słownik poprawnej polszczyzny* (dobrysloownik.pl) oraz *Wikisłownik* (pl.wiktionary.org) zebrano łącznie 96 rzeczowników i czasowników dotyczących działalności w internecie. Następnie, w celu ich weryfikacji, jeśli chodzi o zasięg występowania, rozumienia oraz popularności, sprawdzono je w internetowej wyszukiwarce wiadomości publikowanych w polskich portalach informacyjnych – Frazeo.pl.

³ Zapożyczenia to „obce w strukturze danego języka wyrazy, zwroty, typy derywatów, formy fleksyjne, konstrukcje składniowe, związki frazeologiczne” (Jadacka, Markowski, Zdunkiewicz-Jedynak 2008: 153). W obrębie zapożyczeń leksykalnych, które najczęściej mają charakter bezpośredni, wyróżnia się trzy typy: zapożyczenia właściwe występujące w oryginalnej lub nieznacznie zmienionej postaci, zapożyczenia semantyczne charakteryzujące się rozszerzeniem znaczenia leksemu rodzimego na skutek wpływu obcego języka oraz kalki językowe, czyli jednostki leksykalne zbudowane poprzez odwzorowanie obcego wyrazu, zwrotu lub wyrażenia z wykorzystaniem rodzimych środków językowych (zob. Urbańczyk (red.) 1994: 152, 394).

⁴ Efekty analiz nowych rzeczowników osobowych nazywających użytkowników internetu, w tym ich klasyfikacja oraz opis wybranych leksemów na podobieństwo haseł słownikowych, przedstawiono w artykule „*Facebookowicz, youtuber, szafiarka* i inni – o nowych nazwach użytkowników internetu” (Kacperska, w druku).

⁵ Szczegółowa analiza słowotwórcza nowych form werbalnych tematycznie związanych z działalnością w przestrzeni internetowej została przedstawiona w artykule „*Gogłować, trollować, tweetować...*, czyli nowe zapożyczenia czasownikowe w języku użytkowników internetu” (Kacperska 2019).

Sposoby zapożyczania leksemów

Polszczyzna jest językiem o rozbudowanej morfologii (z bogatą fleksją i wieloma afiksami słotwórczymi), dlatego wyrazy po zapożyczeniu z języka angielskiego są poddawane przekształceniom morfologicznym, w czasie których przede wszystkim przypisuje się leksemom rodzaj gramatyczny. Jeśli chodzi o sferę internetową i adaptację słotwórczą derywatów funkcjonujących w języku użytkowników nowych mediów, to najczęściej zapożycza się rzeczowniki nieosobowe (nazwy pospolite typu *blog*, *lajk*, *hejt* oraz nazwy własne tj. *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*), od których tworzy się nazwy osobowe (*blogger*, *lajker*, *hejter*, *facebookowicz*, *instagramer*, *youtuber*), a także derywaty czasownikowe (*blogować*, *lajkować*, *hejtować*, *facebookować*, *instagramować*, *youtubować*). Cechą charakterystyczną wyrazów z tego pola semantycznego jest ich wariantywność i bardzo częste wahanie pisowni, która w wielu przypadkach jest jeszcze nieustabilizowana. Użytkownicy polszczyzny wciąż stają przed dylematem, czy stosować w derywatach obcą postać graficzną podstawy słotwórczej (np. *youtubować*), czy też – jako że mamy już do czynienia z wyrazem włączonym do systemu morfologicznego polszczyzny – postać dostosowaną do języka polskiego pod względem ortograficzno-fonetycznym (*jutubować*). Badania korpusowe wykonane za pomocą wyszukiwarki Frazeo.pl potwierdzają jednak, że zdecydowanie częściej w tekstach internetowych używane są takie formy leksemów, w których obce pochodzenie jest zachowane w grafii wyrazów typu *vlog* (rzadz. *wlog*), *facebookowicz* (rzadz. *fejsbukowicz*), *youtuber* (rzadz. *jutuber*), *googlować* (rzadz. *guglować*) czy *tweetować* (rzadz. *tlitować*) – por. tabela 1. Do tego przykłady użycia nazw osobowych potwierdzają fakt, że nadawcy tekstów internetowych wciąż niekonsekwentnie stosują wielką i małą literę, co widać w przypadku wyrazów *youtuber* – *Youtuber* – *YouTuber* oraz *twitterowicz* – *Twitterowicz*.

Tabela 1. Wariantywność pisowni nowych leksemów tematycznie związanych z internetem – dane na podstawie Frazeo.pl*

Pisownia obca [liczba wystąpień]	Pisownia spolszczona [liczba wystąpień]
1	2
<i>vlog</i> [1918]	<i>wlog</i> [3]
<i>hashtag</i> [1644]	<i>hasztag</i> [1535]
<i>facebookowicz</i> [86]	<i>fejsbukowicz</i> [11]
<i>vlogger</i> [556]	<i>wlogger</i> [3]
<i>youtuber</i> [2412]	<i>jutuber</i> [35]
<i>googlować</i> [82]	<i>guglować</i> [14]
<i>hashtagować</i> [2]	<i>hasztagować</i> [3]
<i>trollować</i> [209]	<i>trolować</i> [62]

Tabela 1 (cd.)

1	2
<i>tweetować</i> [170]	<i>tlitować</i> [3]
<i>vlogować</i> [14]	<i>wlogować</i> [0]

* W nawiasach kwadratowych podano liczby wskazujące na częstotliwość występowania zaprezentowanych leksemów w artykułach internetowych, które zostały odnotowane przez wyszukiwarkę Frazeo.pl (stan danych na 16.12.2019 r.). Szarym kolorem zaznaczono te warianty, które pojawiają się częściej w tekstach.

Źródło: opracowanie własne.

Rzeczowniki nieosobowe

W analizie najnowszego słownictwa internetowego wzięto pod uwagę rzeczowniki nieosobowe, które zostały przyswojone do polszczyzny w postaci obcej, bez przyrostków i bez zmian słowotwórczych typu *flog* ‘specyficzny typ bloga, który jest tworzony w celach marketingowych; jego autor jest opłacany przez podmiot zainteresowany reklamą danego produktu lub usługi’, *hashtag* (*hashtag*) ‘słowo lub kilka słów zapisanych łącznie i poprzedzonych znakiem #, które są stosowane w mediach społecznościowych w celu wyróżnienia treści’, *priv* ‘sfera prywatnej wymiany wiadomości między dwoma użytkownikami w mediach społecznościowych’ czy *welfie* ‘typ *selfie*; zdjęcie portretowe wykonane samemu sobie podczas treningu i aktywności fizycznej’. Na potrzeby badań zebrano łącznie 25 tego typu zapożyczeń. To one w procesie derywacji stają się podstawami słowotwórczymi dla innych rzeczowników nieosobowych (np. *hejterstwo*), osobowych (np. *lajker*, *hejter*, *vloger*) oraz formacji czasownikowych (np. *postować*, *blogować*, *subować*). W niektórych analizowanych wyrazach występują modyfikacje fonetyczno-graficzne, za sprawą których zostają przyswojone do polszczyzny. Widać to w następujących leksemach:

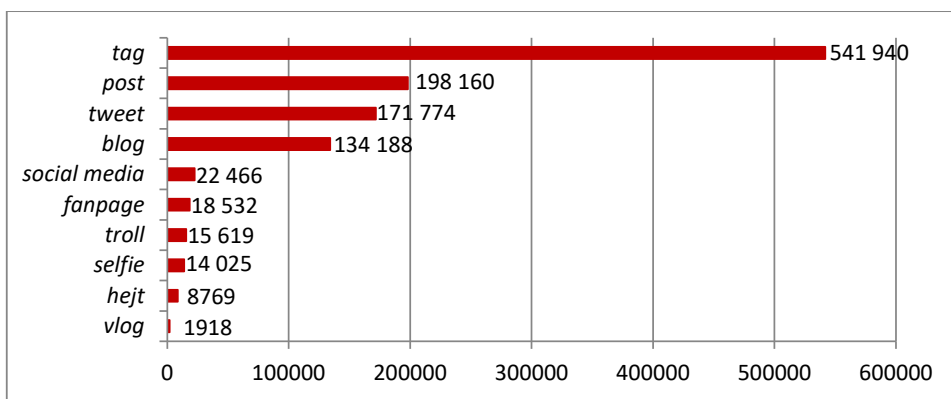
a) *hejt* (od ang. *hate*) ‘zjawisko związane z zamieszczaniem w internecie skrajnie krytycznych, agresywnych lub obraźliwych komentarzy na temat kogoś lub czegoś’,

b) *lajk* (od ang. *like*) ‘kliknięcie przycisku „Lubię to” w mediach społecznościowych i oznaczenie danego wpisu, zdjęcia lub filmu, które wyraża aprobatę i sympatię użytkownika wobec publikowanych treści’,

c) *szer* (od ang. *share*) ‘treść (np. wpis, zdjęcie, film, artykuł) udostępniona innym użytkownikom w internecie, najczęściej za pośrednictwem mediów społecznościowych’.

Badania korpusowe wykonane za pomocą wyszukiwarki Frazeo.pl pozwoliły na stworzenie zestawienia dziesięciu rzeczowników nieosobowych, które są obecnie najchętniej używane w artykułach internetowych (zob. wykres 1). Najczęściej

występującym leksemem okazał się anglicyzm *tag*⁶ (541 940 użyć), czyli słowo-klucz przypisane do danego artykułu, zdjęcia czy filmu i zwięźle je opisujące, co ułatwia ich porządkowanie oraz znalezienie w internecie. Prawie trzy razy rzadziej w polskich tekstach internetowych pojawił się wyraz *post* (198 160 użyć) oznaczający wpis, wiadomość opublikowaną w mediach społecznościowych, na forum lub grupie dyskusyjnej. Na trzecim miejscu zestawienia znalazł się rzeczownik *tweet* (171 774 użyć), czyli 'krótka wiadomość opublikowana na portalu społecznościowym Twitter'. Kolejnymi popularnymi zapożyczeniami rzeczownikowymi są: *blog* (134 188 użyć), *social media* (22 466), *fanpage* (18 532 użyć), *troll* (15 619 użyć) oraz *selfie* (14 025 użyć). Zestawienie dziesięciu najczęściej używanych leksemów zamykają wyrazy *hejt* (8769 użyć) i *vlog* (1918 użyć).



Wykres 1. Najczęściej używane zapożyczone rzeczowniki nieosobowe w polskich artykułach internetowych – dane na podstawie Frazeo.pl

Źródło: opracowanie własne na podstawie Frazeo.pl [Dostęp: 16.12.2019].

Analiza wybranych zapożyczeń rzeczownikowych

W języku polskim wciąż brakuje takiego źródła leksykograficznego, który w całości poświęcony byłby słownictwu internetowemu i notowałby najnowsze określenia z tego zakresu tematycznego. Każdy analizowany leksem wymagałby zatem osobnych, szczegółowych badań i opisu słownikowego. Ze względu na ograniczone możliwości prezentacji materiału w niniejszym tomie, w dalszej

⁶ Tak duża częstotliwość użycia leksemu *tag* w tekstach w internecie może być spowodowana także tym, że jest to słowo związane z metadanymi. Istnieje zatem możliwość, że w niektórych artykułach jest ono nie tylko używane przez samych autorów treści internetowych, ale zostaje nadpisane. Rozstrzygnięcie tego problemu wymaga szerszych badań.

części artykułu zostaną przedstawione charakterystyki dwóch zapożyczeń rzeczownikowych – *selfie* (z bogatą rodziną wyrazów) oraz *clickbait* (występujący w różnych wariantach graficznych). Pod uwagę wzięte zostaną następujące czynniki: etymologia, pisownia, znaczenie, wyrazy pokrewne, połączenia wyrazowe, przykłady użycia, a także dostępne źródła, które do tej pory odnotowały badane pojęcia.

Selfie

Jednym z najczęściej używanych w tekstach rzeczowników nieosobowych związanych z działalnością w nowych mediach jest anglicyzm *selfie* [selfi] oznaczający ‘typ zdjęcia autoportretowego zrobionego telefonem, które jest wykonane samemu sobie z ręki lub za pomocą przeznaczonego do tego statywu (*selfie sticka*), zazwyczaj w celu zamieszczenia go w mediach społecznościowych’. O popularności tego leksemu świadczą zarówno badania korpusowe (zob. wykres 1), jak również leksykograficzne – pojęcie to jest notowane przez wszystkie analizowane słowniki dostępne *on-line*. Także przegląd tekstów internetowych potwierdza fakt, że jednostka leksykalna *selfie* jest powszechnie znana, zrozumiała i często stosowana przez użytkowników. Wyraz *selfie* występuje nie tylko w częściach zasadniczych artykułów internetowych, ale również w ich tytułach i lidach, czyli w strategicznych miejscach tekstów, które w dodatku publikowane są na dużych, poczytnych polskich portalach informacyjnych, np.:

a) tytuł: „Brzozów. Andrzej Duda prosi o wsparcie i robi **selfie**. »Mówcie, co wam się podoba, a co nie«,; <https://rzeszow.wyborcza.pl/rzeszow/7,34962,25495491,brzozow-andrzej-duda-prosi-o-wsparcie-i-robi-selfie-mowcie.html> (Dostęp: 15.12.2019),

b) tytuł: „Rosyjskie lotnisko prosi o **selfie** i skan paszportu w zamian za dostęp do Wi-Fi”; <https://www.tvp.info/45673635/rosyjskie-lotnisko-prosi-o-selfie-i-skan-paszportu-w-zamian-za-dostep-do-wifi> (Dostęp: 15.12.2019),

c) lid: „Didier Droghba podczas gali Złotej Piłki naprawił swój błąd sprzed 10 lat. Wówczas gwiazdor Chelsea odmówił młodzieńskiemu Kylianowi Mbappe zrobienia wspólnego zdjęcia. Dziś to Francuz jest idolem młodych kibiców. Wczoraj piłkarski emeryt przeprosił Mbappe i zrobił z nim **selfie**”; https://www.rmfm24.pl/sport/news-zlota-pilka-2019-didier-drogba-naprawil-blad-sprzed-lat-i-ch,nId,3368136#utm_source=paste&utm_medium=paste&utm_campaign=chrome (Dostęp: 17.12.2019).

Rzeczownik *selfie* jest nieodmienny. Wśród jego wyrazów pokrewnych można wskazać hiperonimy *zdjęcie*, *fotografia*, *fotka*, *autoportret*, synonimy typu *sweet focia*, wulgarny leksem bliskoznaczny *samojebka*, zdrobnienia o nacechowaniu potocznym *selfik*, *selfiak*, *selfka*, *selficzek*, *selfiaczek*, czasownik odrzeczownikowy *selfować* oraz derywaty rzeczownikowe, tj. kolejne zapożyczenia typu *selfie stick* oraz *selfieccino* [selficzino], czyli ‘typ kawy cappuccino z wizerunkiem klienta,

który został wcześniej zrobiony jako selfie i odwzorowany za pomocą barwników spożywczych na powierzchni pianki'. Najczęstszymi połączeniami wyrazowymi są: *zrobić selfie*, *potoczne strzelić selfie* oraz *wrzucić selfie* (na portal typu Facebook czy Instagram).

Clickbait

Kolejnym charakteryzowanym zapożyczeniem rzeczownikowym jest *clickbait* wskazujący na taki tytuł tekstu internetowego, link lub nagłówek, który pod jakimś względem intryguje i przyciąga uwagę odbiorcy, przez co skłania go do kliknięcia i zapoznania się z treścią. Jego podstawowym celem jest zwiększenie liczby odsłon danego artykułu. Użytkownik internetu odbiera *clickbait* jako coś negatywnego ze względu na fakt, iż jako czytelnik najczęściej czuje się wykorzystany i zawiedziony, ponieważ treść jest błaha, inna niż można byłoby się spodziewać po tytule lub przesycona reklamami. Wyraz ten powstał z połączenia dwóch angielskich słów – *click* (z ang. kliknąć) oraz *bait* (z ang. przynęta).

Leksem *clickbait* jest notowany przez trzy źródła leksykograficzne: *Obserwatorium Językowe Uniwersytetu Warszawskiego*, *Najnowsze słownictwo polskie*, *Miejski słownik slangu i mowy potocznej* oraz *Internetowy słownik poprawnej polszczyzny*. Jego pisownia nie została dotąd ustabilizowana; w tekstach internetowych występują co najmniej 4 warianty graficzne. Najczęściej stosowany jest jako zapożyczenie całkowite – *clickbait* (155 użyć⁷). Zdarza się, że użytkownicy internetu stosują pisownię spolszczoną, zgodną z wymową – *klikbajt* (11 użyć) lub z niewielką modyfikacją – *clickbajt* (8 użyć). W niektórych artykułach pojawia się pisownia z dywizem – *click-bait* (5 użyć). Czasem jest zapisywany w cudzysłowie. Jego wyrazem pokrewnym jest przymiotnik *clickbaitowy/klikbajtowy*.

Analiza przykładów użycia rzeczownika *clickbait* potwierdza, że przeważnie jest on stosowany w częściach zasadniczych artykułów internetowych; w tytułach pojawia się niezwykle rzadko. Często występuje w tekstach publicystycznych oraz jako element przytaczanych wypowiedzi, np.:

a) „Jeśli zastosować realia internetowe, okładka świeżego numeru »Wprost« to ordynarny **clickbait**, który urąga zasadom dziennikarstwa”; <https://natemat.pl/285269,wywiad-wprost-z-paulina-mlynarska-co-mowila-o-ojcu-wojciechu-mlynarskim> (Dostęp: 15.12.2019),

b) „Clegg podkreślił, iż Facebook »pracuje na rzecz spowolnienia i zredukowania rozpowszechniania treści takich jak **clickbait** czy fałszywe informacje poprzez zmniejszenie ich pozycji w strumieniu aktualności«”; https://wpolityce.pl/swiat/460277-facebook-nie-dyskryminuje-prawicy-krytyka-audytu?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+wPolityce.pl+%28wPolityce.pl+-+Najnowsze%29 (Dostęp: 15.12.2019),

⁷ Dane zaprezentowano na podstawie wyszukiwarki Frazeo.pl (stan na 16.12.2019).

c) „Lewandowski odchodzi z Bayernu – taki tytuł nosi tekst, udostępniony na Facebooku przez TVP Sport. Jak się okazało, wcale nie chodzi o naszego rodaka. Internauci nie byli zadowoleni z tego **clickbaitu**”; <https://natemat.pl/271463,bezczelny-numer-tvp-sport-zobacz-jak-oszukali-fanow-roberta-lewandowskiego> (Dostęp: 15.12.2019).

Podsumowanie

Analiza zgromadzonego słownictwa tematycznie związanego z przestrzenią internetową potwierdza fakt, że zjawisko migracji leksemów z języka angielskiego do polszczyzny jest powszechne i wciąż żywe. W dodatku zauważa się coraz szybszy proces przyswajania nowych wyrazów. Nawet jeśli zachowują one elementy wskazujące na to, że są obce, zapożyczone i sprawiają problemy w wymowie, zapisie czy odmianie, to rodzimi użytkownicy języka asymilują je do polszczyzny, włączając w paradygmat fleksyjny oraz upraszczając pod względem graficznym oraz fonetycznym. To wiąże się z występowaniem licznych wariantów graficznych typu *hashtag/hasztag, vlog/wlog, clickbait/klikbajt*. Badania korpusowe potwierdzają, że w wielu przypadkach grafia rzeczowników i czasowników należących do leksyki internetowej nie jest jeszcze ustabilizowana, ale przykłady użyć wskazują na to, że pisownia obca dominuje nad pisownią spolszczoną (por. tabela 1). Ponadto internauta szybko tworzy kolejne derywaty, co powoduje powstawanie neologizmów słowotwórczych i występowanie dubletów leksykalnych (por. *twitterowicz – ćwierkacz, polajkować – polubić, selfie – selfik, selfiak, selfka*). Leksemy migrujące z języka angielskiego do polskiego, które dotyczą sfery internetowej są znane i rozumiane na tyle, że występują już nie tylko w środowiskowej leksyce oraz prywatnej komunikacji między użytkownikami. Coraz swobodniej przechodzą także do języka mówionego, a co więcej do ogólnej odmiany polszczyzny. Zauważa się zatem kolejny etap migracji zapożyczonych leksemów, tym razem wewnątrz rodzimego języka.

Bibliografia

- Jadacka, Hanna; Markowski, Andrzej; Zdunkiewicz-Jedynak, Danuta (2008), *Poprawna polszczyzna. Hasła problemowe*. Warszawa.
- Kacperska, Beata (2019), *Googlować, trollować, tweetować... czyli nowe zapożyczenia czasownikowe w języku użytkowników internetu*. W: „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Linguistica” t. 53, Łódź, s. 123–136.
- Kacperska, Beata (w druku), *Facebookowicz, youtuber, szafiarka i inni – o nowych nazwach użytkowników internetu*. W: Szukdlarek-Śmiechowicz, Ewa; Olejniczak, Elwira; Wierzbička, Agnieszka (red.) (w druku), *Słowo: struktura – znaczenie – kontekst*. Łódź.

- Mańczak-Wohlfeld, Elżbieta (red.) (2010), *Słownik zapożyczeń angielskich w polszczyźnie*. Warszawa.
- Markowski, Andrzej (2018), *Kultura języka polskiego. Teoria. Zagadnienia leksykalne*. Warszawa.
- Urbańczyk, Stanisław (red.) (1994), *Encyklopedia języka polskiego*. Wrocław.

Netografia

- Miejski słownik slangu i mowy potocznej*, <https://miejski.pl> [Dostęp: 27.10.2019].
- Obserwatorium Językowe Uniwersytetu Warszawskiego. *Najnowsze słownictwo polskie*, <https://nowewyrazy.uw.edu.pl> [Dostęp: 27.10.2019].
- Słownik języka polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl> [Dostęp: 27.10.2019].
- Wielki słownik języka polskiego PAN*, <https://wsjp.pl> [Dostęp: 27.10.2019].
- Wikisłownik, <https://pl.wiktionary.org> [Dostęp: 27.10.2019].
- Wyszukiwarka Frazeo.pl, <https://frazeo.pl> [Dostęp: 27.10.2019].

Beata Kacperska

Phenomenon of words migration from English to Polish (using the example of new Internet's vocabulary)

Abstract

Polish Internet's lexis is one of those areas where there is a strong tendency to migrate language elements. Users of social media, messengers or auction sites eagerly borrow words of English to Polish and then absorb and disseminate it in everyday speech. On the basis of the collected research material (mainly new non-personal nouns), the article shows the trends that can be seen in the reception and assimilation of new words thematically related to the internet. Attention was paid to such elements as their word-formation and variability of spelling.

Then on the similarity of dictionary entries describes two nouns borrowings: *selfie* and *clickbait*.

Keywords: migration in language, loanword, Anglicism, internet, new media

Słowa kluczowe: migracja w języku, zapożyczenie, anglicyzm, internet, nowe media