

Katarzyna Malinowska
Uniwersytet w Białymstoku

„Blogaskowy fejm”, czyli o języku blogerów modowych

Podstawowym celem niniejszego artykułu jest analiza leksyki wybranych polskich blogów modowych. Tym samym przedmiot refleksji badawczej stanowi słownictwo szeroko pojętej mody oraz socjolekt wytworzony przez znawców omawianej dyscypliny¹. Dotychczasowe badania językoznawcze związane z tematyką modową koncentrują się głównie na zagadnieniach szczegółowych – przede wszystkim na materiale wyekscerpowanym z kobiecych czasopism, takich jak m.in. „Glamour” czy „Twój Styl”. Poza tym część opracowań analizuje słownictwo modowe w kontekście kulturowo-obyczajowym, odwołując się zwłaszcza do współczesnej kultury masowej². Wśród licznych rozpraw brakuje jednak naukowego omówienia terminologii modowej stosowanej przez blogerów-profesjonalistów z tego zakresu.

Słownictwo będące przedmiotem analizy zostało wyekscerpowane z czterech polskich blogów modowych: Cajmel³, Pani Ekscelencja⁴, VANITAS⁵ i Jakuba Roskosza. Badane wyrazy pochodzą zatem z dwóch poradników kobiecych i dwóch męskich, co dowodzi, iż moda nie jest obszarem jedynie damskich zainteresowań. Zebrany materiał obejmuje 146 leksemów modowych – głównie

¹ Za socjolekt uznaję za S. Grabiasem: „odmianę języka narodowego związaną z istnieniem trwałej grupy społecznej połączonej jakimś rodzajem więzi” (Grabias 2001: 235). W wypadku środowiska blogerów modowych, którego przedstawiciele łączy zainteresowanie modą oraz wykonywana profesja, można mówić o języku zawodowym.

² Język mody w nawiązaniu do kultury masowej kompleksowo opisała B. Rejakowa w monografii *Kulturowe aspekty języka mody* (Rejakowa 2010).

³ Cajmel to pseudonim Karoliny Ościk.

⁴ Pani Ekscelencja – pseudonim przyjęty przez Katarzynę Pytel.

⁵ W rzeczywistości – Oliver Waimea.

chrematonimów⁶ – które ułożono w 14 kręgów semantycznych, czyli: ogólne słownictwo dotyczące blogowania; leksyka związana z *Social Media* i Internetem; bliskoznaczniki wyrazów ‘ubranie’ i ‘wygląd’; style w modzie; elementy stylizacji (akcesoria, bluzki i okrycia wierzchnie, buty, nakrycia głowy, okulary, spodnie, sukienki i spódnice); sklepy odzieżowe; wydarzenia związane z branżą modową; leksyka określająca części ubrań, typy odzieży, związana z wzornictwem i materiałami oraz skróty i skrótowce utworzone od nazw, jak również zwroty do obserwatorów. Zgromadzone leksemy obrazują zasób słownictwa modowego stosowanego przez współczesnych polskich blogerów oraz stanowią materiał analizy językoznawczej, ukazującej najważniejsze tendencje w języku mody.

Moda łączona jest zazwyczaj ze sposobem ubierania się, makijażem i fryzurą, a także z obowiązującym w danym czasie lub dziedzinie trendem uznawanym za atrakcyjny (Rejakowa 2010: 5). W takim znaczeniu pojęcie definiowane jest również we współczesnych słownikach języka polskiego. *Uniwersalny słownik języka polskiego*⁷ dowodzi, że moda to: 1. ‘sposób ubierania się, czesania i makijażu popularny w jakimś okresie lub miejscu’; 2. ‘krótkotrwała popularność czegoś nowego w jakiejś dziedzinie’. B. Rejakowa stwierdza jednak, że moda to termin o wiele bardziej złożony. Badaczka podkreśla, iż jest to:

zjawisko społeczne, kategoria językowo-kulturowa, dotykająca różnych obszarów zachowań, odznacza się dużą zmiennością i dlatego jest niezwykle trudna do jednoznacznego zdefiniowania i wyznaczenia zakresu związanego z nią pola dyskursywnego (Rejakowa 2010: 5).

Ekspłoratorka akcentuje ponadto, iż moda bywa coraz częściej wyznacznikiem prestiżu społecznego. Jest to, przede wszystkim, wynik lansowanych we współczesnych mediach trendów i ideałów piękna – to, jak wyglądamy stanowi dzisiaj z reguły o naszej pozycji. Badaczka wypowiada się w kwestii swojej „gry wizerunków”, w której udział biorą zwłaszcza ludzie młodzi.

⁶ Sam termin *chrematonim* wywodzi się od greckiego słowa: *chrema*, *chrematos*, oznaczającego ‘rzecz, towar, zdarzenie’. Współcześnie miano *chrematonimu* nadaje się tym nazwom własnym, które określają dzieła jednostkowe lub zbiorowe pracy ludzkiej – obiekty kultury materialnej i duchowej. Tak jak inne nazwy, również *chrematonimy*, pełnią przede wszystkim funkcję identyfikacyjną, tzn. wskazują na dany obiekt. Ta dziedzina onomastyki zajmuje się zagadnieniami warunkowanymi kulturowo, społecznie, politycznie, religijnie, jak również życiem towarzyskim, itp. (*Polskie nazwy własne – encyklopedia* 2005: 343). Wśród zebranej leksyki modowej, będącej przedmiotem niniejszej pracy, do grona *chrematonimów* zaliczyć należy m.in. nazwy sklepów odzieżowych: *lumpeks*, *second hand*, *showroom*, *sieciovka*; czy też nazwy wydarzeń związanych z branżą modową – zarówno oficjalny *Fashion Week*, jak i społeczne *swap party*.

⁷ *Uniwersalny słownik języka polskiego*, 2003, pod red. S. Dubisza (dalej skrót: USJP).

W mediach tworzy się bowiem świat alternatywny, który prezentuje nie prawdziwe osoby, ale ich role naśladowane bardzo często przez odbiorców. Jak widać, moda jest także dziedziną silnie wpływającą na postawy i postępowanie adresatów (Rejakowa 2010: 5).

Kształtowanie poglądów odbiorców odbywa się coraz częściej za sprawą blogów modowych⁸. *Blog* to termin trudny do zdefiniowania, ponieważ jest to gatunek, który wciąż ewoluuje i przybiera nowe formy. Pierwotnie identyfikowano go z pamiętnikiem w wersji elektronicznej. Jest to typ tekstu sekundarnie internetowego – dawniej rozpowszechnianego za pomocą innych mediów, a później zaadaptowanego do potrzeb internetowych (Grzenia 2006: 45)⁹. Współcześnie pojęcie to rozumiane jest o wiele szerzej, z racji na fakt, iż tematyka postów blogowych jest o wiele bogatsza niż kiedyś. M. Jeleśniański charakteryzuje *webloga* jako stronę internetową, na której autorzy umieszczają datowane wpisy, pojawiające się kolejno i rozpoczynające od najnowszego. Wzbogacona jest o archiwum publikowanych treści, istnieje możliwość komentowania przez odbiorców oraz obecne są linki polecane przez twórców. Internetowe dzienniki wyróżnia spośród innych serwisów www przede wszystkim zawartość. Ma ona bardziej subiektywny charakter – teksty cechuje narracja pierwszoosobowa oraz przemieszanie informacji z osobistymi opiniami blogerów¹⁰.

Blogi są współcześnie również doskonałym środkiem autopromocji. Kreując w odpowiedni sposób swój wizerunek, autor może zyskać ogromną popularność i pobierać dochody z prowadzenia strony. W promowaniu i zdobywaniu fanów (tzw. *fallowersów* ‘obserwatorów’) ogromną rolę

⁸ Nazwa *blog* pochodzi od angielskiego leksemu *weblog* (*web* ‘sieć’ + *log* ‘dziennik’). Po raz pierwszy słowa *weblog* użył w 1997 roku John Barger, autor dziennika internetowego *Robot Wisdom*. Dwa lata później Peter Merholz skrócił nazwę i podzielił wyraz na dwie odrębne części: *we blog* (‘my blogujemy’). Od tego momentu powszechnie używany jest termin *blog* (Olszański 2006: 36–50).

⁹ Do Polski internetowy dziennik dotarł w 2000 roku i był wzorowany na podobnych stronach istniejących już w Stanach Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii, Japonii i Kanadzie (Kawka 2010: 61). Statystyki z 2012 roku podają, iż na polskich platformach istnieje blisko 3,5 miliona blogów, a ich liczba stale rośnie. Ogromna popularność tego gatunku to – zdaniem Kawki – wynik „poczucia prawdziwej lub pozornej anonimowości oraz braku fizycznej bliskości”, która pozwala na większą swobodę, skrócenie dystansu i służy intymnym wyznaniom (Kawka 2010: 61). Poświadczeniem tezy autora jest to, iż w przeważającej części blogi tworzone są pod pseudonimami (eredaktor.pl, dostęp: 23.05.2017). Badania blogosfery (tzn. wszystkich blogów rozumianych jako sieć społeczna) przeprowadzone w 2008 roku przez serwis Gazeta.pl i Spółkę Badania Internetu dowiodły, że ponad 3 miliony Polaków w wieku 15+ regularnie odwiedza blogi. Statystyki wykazały, że najważniejsze powody, dla których odbiorcy czytają dzienniki internetowe to: chęć poznawania innych osób, związek tematyczny blogów z zainteresowaniami i zabawne treści (<http://badanieblogosfery.blox.pl/html>, dostęp: 23.05.2017).

¹⁰ eredaktor.pl (dostęp: 23.05.2017).

odgrywają obecnie *Social Media*. Blogerzy korzystają najczęściej z takich serwisów społecznościowych, jak: *Facebook*, *Instagram* czy *Lookbook*. Są także zazwyczaj aktywnymi użytkownikami Snapchata i kanałów *Youtube*. Cechą charakterystyczną dzisiejszej blogosfery jest nawiązywanie współpracy blogerów ze sponsorami i reklamowanie produktów znanych marek. Jest to sposób na zarabianie i promowanie swojego wizerunku. Blog-media.pl donosi, że aż 40% blogerów umieszcza na swoich stronach posty sponzorowane¹¹.

Wpisy blogerów są interesującym materiałem badań językoznawczych nie tylko dlatego, że zawierają najnowsze wyrażenia modowe. Ciekawym aspektem wartym analizy jest również sam idiolekt¹² twórców poradników. Cechy swoiste języka dostrzeżono także u czterech autorów, których blogi stanowią źródło niniejszego artykułu. Pierwsza blogerka modowa – znana pod pseudonimem Cajmel – prowadzi swoją stronę od grudnia 2010 roku i ma obecnie blisko 90 tysięcy obserwatorów na *Facebooku*¹³.

Szafiarka niejednokrotnie operuje we wpisach cytatami z twórczości m.in. Tadeusza Różewicza, Marcina Świetlickiego, Haliny Poświatowskiej i Edwar-da Stachury, bądź fragmentami piosenek popularnych zespołów rockowych, takich jak Hey czy Myslovitz. Blogerka, oprócz mody, pasjonuje się literaturą, fotografią, malarstwem i śpiewem¹⁴. Charakterystyczną cechą wpisów Cajmel jest stosowanie zdrobnień o strukturze:

- a) podstawa rzeczownikowa + sufiks **-ek**: *kożuszek, sweterek, woreczek*;
- b) podstawa rzeczownikowa + sufiks **-ka**: *chatka, cudeńka, czapeczka, kobietka, kuleczka, kurteczka, spódniczka, torebeczka*;
- c) podstawa rzeczownikowa + sufiks **-yk**: *plaszczyk*.

Ponadto, w postach szafiarki ujawnia się dominacja języka angielskiego. Blogerka stosuje obce formuły w większości nagłówków, czego przykładem są m.in. następujące tytuły: „All black”; „Beauty”; „OOTD. Black&White”; „Party OOTD”; „Red lips make-up”, itp. Anglicyzmy pojawiają się także w samych tekstach autorki i dotyczą przede wszystkim stylizacji. Wśród nich warto wymienić, np.: *basic; casual; outfit; oversize; second hand*.

Teksty Cajmel mają strukturę zbliżoną bardziej do wypowiedzi mówionej, niż pisanej. Tendencję tę znamionuje stosowanie leksyki, która jest swoista dla codziennych sytuacji komunikacyjnych. Chodzi tu przede wszystkim

¹¹ <http://www.blog-media.pl/badania-polska-blogosfera-2016/> (dostęp: 23.05.2017).

¹² *idio-* + (*dia*)*lekt*; język jednostki, indywidualne cechy mowy danej osoby związane z jej pochodzeniem, wykształceniem, zawodem, tradycjami środowiskowymi, upodobaniami stylistycznymi itp. (USJP).

¹³ <https://www.facebook.com/cajmel.official/?fref=ts> (dostęp: 15.12.2016).

¹⁴ <http://www.snobka.pl/arttykul/portret-blogerki-cajmel-15687#> (dostęp: 15.12.2016).

o bezpośrednio zwroty do odbiorców oraz formuły przywitania i pożegnania (obecne zarówno w języku polskim jak i angielskim), tj.: *Buziaki; Pozdrowienia z Lubelszczyzny; Trzymajcie się ciepłutko; Witam; Enjoy!; Hello; Hope you like it!; Stay tuned!*

Oprócz tego, blogerka posługuje się we wpisach wyrazami nieoficjalnymi, które niewątpliwie czynią posty bardziej przystępnymi i skracają dystans pomiędzy autorką a czytelnikami. Wśród nich występują m.in. takie słowa, jak: *duperela, kijowo, szperać, śmigać czy zfocić*,

Druga szafiarka – Pani Ekscelencja – to w rzeczywistości Katarzyna Pytel. Jest to jedna z najbardziej znanych blogerek w Polsce. Działalność rozpoczęła w 2009 roku i zgromadziła na facebookowym fanpage’u ponad 130 tysięcy fanów¹⁵. Przeglądając wpisy Pani Ekscelencji, można dostrzec, iż jest ona pasjonatką stylu *street*¹⁶ w modzie. Katarzynę wyróżnia spośród innych oryginalny wygląd: kolorowe włosy (zazwyczaj w odcieniach czerwieni, rudości bądź różu), tatuaże oraz *piercing* (tj. kolczyki w różnych miejscach ciała, m.in. nosie)¹⁷.

Jej wpisy cechuje stylistyka potoczna¹⁸. Autorka posługuje się językiem niewyszukanym, ale skonkretyzowanym; „najbliższym” społeczności internetowej. Blogerka bardzo wyraźnie ukazuje w tekstach swój punkt widzenia i stosunek do opisywanej tematyki. Bez większych przeszkód można stwierdzić, czy dana rzecz jest przez nią doceniana (o czym świadczą komentarze typu: *prawdziwa perełka wyprzedażowa*), czy raczej uznawana jako bezwartościowa (np.: *chińskie lachy*). W jej postach przeważają kolokwializmy. Autorka stosuje potoczną frazeologię, np. w postaci: *popukałabym się w czoło*

¹⁵ <http://bit.ly/2nFuFpF> (dostęp: 15.12.2016).

¹⁶ Inaczej *styl uliczny*; łączy najnowsze trendy i wygodę. Ubrania streetowe nadają się do noszenia na co dzień ze względu na swój neutralny fason.

¹⁷ Warto wspomnieć, iż od początku swojej kariery w blogosferze przeszła niezwykłą przemianę – poprzez ćwiczenia i dietę udało jej się schudnąć oraz wyrzeźbić sylwetkę. W swoich postach niejednokrotnie podkreśla korzyści płynące ze zdrowego trybu życia i uprawiania sportu, przez co stara się dopingować swoich obserwatorów i być dla nich przykładem.

¹⁸ Środki, którymi kreuje się potoczny obraz świata, są różnorodne i dostosowywane do sytuacji. Przy doborze bierze się pod uwagę m.in. stopień oficjalności, emocjonalności czy familiarności. Wyróżnia się na tej podstawie dwa zróżnicowania stylu potocznego i wymienia w ich obrębie swoiste rejestry sytuacyjne środków językowych. Pierwsze zróżnicowanie obejmuje rejestr neutralny, który jest podstawowy i składa się z elementarnych środków stosowanych do codziennej komunikacji oraz rejestr emocjonalny – in. kolokwialny, stosowany w sytuacji nieoficjalnej. Wyraża te same sensy, co rejestr neutralny, ale jednocześnie nakreśla postawę mówiącego. W rejestrze kolokwialnym występuje znaczna liczba frazeologizmów, określeń wartościujących, metaforyki i dubletów (równoznacznych wyrażań). Drugie zróżnicowanie zawiera rejestr swobodny – obfitujący w obrazowe frazeologizmy typu „mieć muchy w nosie” i konwencjonalne połączenia wyrazowe o wyspecjalizowanych funkcjach tekstotwórczych, jak: „co słyhać?” oraz rejestr staranny – cechujący się dbałością o poprawność wypowiedzi. Istnieje związek pomiędzy dwoma zróżnicowaniami: rejestr emocjonalny łączy się zwykle ze swobodnym, a rejestr neutralny ze starannym (Bartmiński 2001: 115–135).

czy *walcie drzwiami i oknami*. Pojawiają się również dublety, np.: *a marki różne różniste* i klasyczne połączenia wyrazowe: *z braku laku czy co jest grane?*

W tekstach Pani Eksceleńcji zauważalna jest również przewaga rejestru swobodnego nad starannym, zarówno na płaszczyźnie zapisu – pomijanie znaków diakrytycznych, m.in. *tlumacze; żadna to nowosc, gdyz zdjęcie znalazło się już na blogu*, jak i w sferze słownictwa – *babka, kiecka, kumpel* (zamiast: *kobieta, sukienka, kolega*).

Oprócz tego, blogerka posługuje się niejednokrotnie wyrażeniami z rejestru wulgarnego – ocenianego jako niski. J. Bartmiński stwierdza, iż „w komunikacji językowej wulgaryzmy stają się czasami elementem gry językowej, której szczególnym elementem jest eufemizacja, użycie ewokacyjnych zastępników” (Bartmiński 2001: 123). Pani Eksceleńcja stosuje słownictwo również i z tego poziomu. Są to: *kurczę*: „Kurczę, ile tego było”; *tyłek*: „Spodnie spadają mi z tyłka”; *wkurzyć się*: „Wkurzyłam się ostatnimi zakupami” czy *zrugać*: „zrugalam ją wzrokiem”.

Blogerka posługuje się oprócz tego modnymi wyrażeniami młodzieżowymi, wśród których można wymienić, m.in.: *bez hipsterskich metek, blogaskowy fejm* czy *polansować się*.

Pani Eksceleńcja tworzy również liczne neologizmy, takie jak: *czapura, chłopaczarski, mniamniuszny, pańciowata sukieniunia* czy *poniższy codzienniak*.

Jednak cechą dominującą postów Pani Eksceleńcji są zapożyczenia z języka angielskiego. Trzeba przy tym dodać, iż blogerka proponuje zapis fonetyczny wyrazów obcych. Oto kilka przykładów: „I tak baj de łej” (ang. *by the way*); „Mejkapem i włosami zajął się Sławek Oszejca” (ang. *make-up*); „Pomarudziłam, że nat maj stajl” (ang. *not my style*); „Dzisiejszy ałtfit” (ang. *outfit*); „Można postawić na podkreślające kształty obcisłe tiszerty” (ang. *t-shirt*).

Jak było już wspomniane wcześniej, blogi nie są jedynie domeną kobiet. Autorem jednego z analizowanych poradników jest Oliver Waimea, znany bardziej pod pseudonimem VANITAS. Jego wpisy okazały się istną skarbnicą słownictwa związanego z blogami modowymi. Podobnie jak we wcześniej przywoływanych blogach dominują tu zapożyczenia z języka angielskiego, np.: *basic, look, make-up, outfit, slim, trend*.

VANITAS to charakterystyczna postać. Jego stylizacje cechuje połączenie elementów kobiecych i męskich. Bloger argumentuje swoje wybory tym, iż nie istnieje dla niego podział na modę damską i męską. W związku z tym, nie da się jednoznacznie określić jednego, przewodniego stylu w proponowanych przez niego zestawach. Przeglądając zdjęcia na blogu, można zauważyć niezwykle przemiany blogera: z elegancko wyglądającego mężczyzny w swobodnie (nieraz artystycznie) wystylizowanego chłopaka. Można śmiało

stwierdzić, iż to doskonały przykład człowieka-kameleona. Mieszając klasykę z ekstrawagancją, kreuje swoją postać jako niesztabową, wyróżniającą się z tłumu i wzbudzającą ciekawość¹⁹.

Oliver z zawodu jest stylistą i wizażystą. Z tej racji, obok porad związanych ze strojem, udziela również wskazówek dotyczących makijażu i pielęgnacji cery. Swoją przygodę z blogowaniem rozpoczął w 2012 roku i jest obecnie obserwowany przez ponad 24 tysiące osób na swoim facebookowym *fanpage'u*²⁰.

Drugim blogerem, którego posty wzięto po uwagę przy badaniu słownictwa modowego, jest Jakub Roskosz. W odróżnieniu od swojego poprzednika prezentuje on bardziej klasyczne męskie stylizacje. Są to zazwyczaj różne warianty zestawów garniturowych i oficjalnych strojów. Jakub prowadzi swojego bloga już od czterech lat, a grono wiernych fanów wciąż wzrasta – aktualnie jego *fanpage* na Facebooku lubi ponad 50 tysięcy osób.

Wpisy J. Roskosza charakteryzuje przejrzystość i precyzja językowa. Autor stosuje specjalistyczne nazwy w opisach męskiej stylizacji (najwięcej odnotowano nazw butów, m.in. *brogsy, lotniki, mokasyny, monki, oxfordy, pensówki* czy *spencery*). Znajomość branży modowej ujawnia się już na samej płaszczyźnie wypowiedzi blogera. W świecie rzeczywistym prowadzi firmę consultingowo-doradczą związaną z modą. W związku z tym, jego posty należy traktować jako wskazówki profesjonalisty. Podkreślenia wymaga fakt, że bloger kreuje wizerunki wielu rodzimych gwiazd i sportowców²¹.

Wpisy czterech przedstawionych wyżej autorów poradników pozwoliły zgromadzić materiał językoznawczy, na podstawie którego możliwe jest wyciągnięcie ogólnych wniosków dotyczących języka stosowanego przez środowisko blogerów modowych – a więc socjolektu tejże grupy. Będą to jednocześnie uwagi dotyczące samego słownictwa modowego.

Analiza dowodzi, że przeważająca część leksemów modowych to zapożyczenia²². Aż 116 ze 146 wyrazów i skrótów spośród wyekscepowanego materiału to pożyczki. Stanowią one 79,5% ogółu zgromadzonych leksemów. Są to zapożyczenia z języka: angielskiego (anglicyzmy), francuskiego

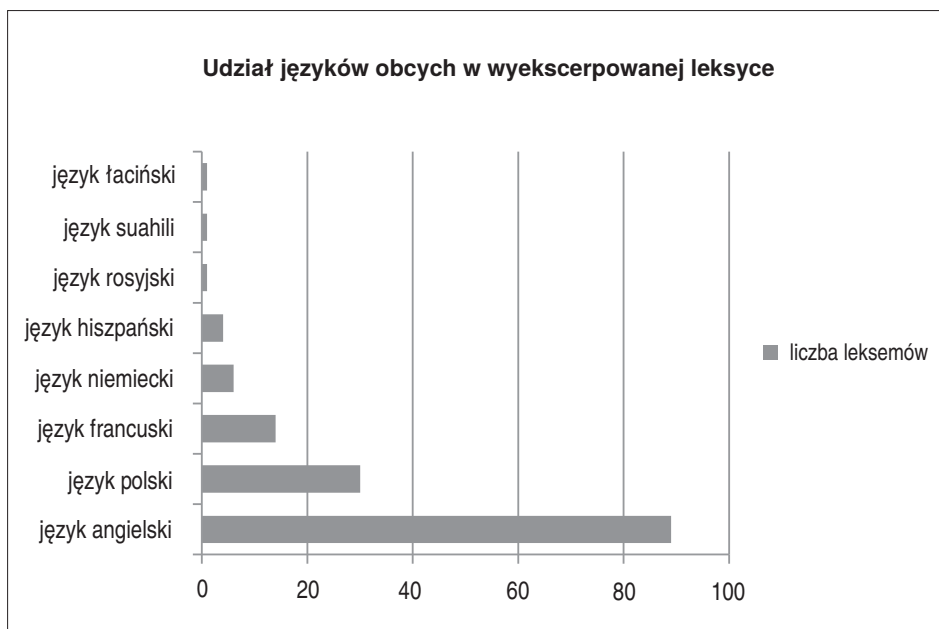
¹⁹ Kreowanie wizerunku (sposobu postrzegania naszej osoby przez innych) w Internecie jest niezwykle istotne, zwłaszcza w działalności blogerów. Za bardzo ważne w przebiegu tego procesu uważa się takie cechy, jak: prawdziwość, wyrazistość, charyzmatyczność, subiektywizm, emocjonalność, nieszablonowość, nieskromność, kreowanie się na kogoś mądrego, wchodzenie w rolę eksperta/opiniotwórcy/znawcy tematu – jest to zabieg konieczny, aby zyskać stałe grono odbiorców, ponieważ współcześni czytelnicy potrzebują silnych wzorców i szukają autorytetu wśród blogerów (Tomczyk 2013).

²⁰ <https://www.facebook.com/VANITAS-203625449705386/> (dostęp: 15.12.2016).

²¹ <http://jakubroskosz.com/autor/> (dostęp: 15.12.2016).

²² Elementy przejęte z obcego języka. Najczęściej są nimi wyrazy, rzadziej prefiksy lub sufiksy (*Encyklopedia językoznawstwa ogólnego* 1993: 616).

(galicyzmy), niemieckiego (germanizmy), hiszpańskiego, rosyjskiego (rusycyzmy), suahili i łacińskiego (latynizmy). Udział poszczególnych języków obcych w badanym obszarze przedstawia poniższy schemat:



Wśród słownictwa dominują pożyczki z języka angielskiego. W badanym materiale pojawia się aż 89 anglicyzmów (to 61% wszystkich leksemów), jak choćby: *beanie, blazer, casual, choker, classic, design, fanpage, glamour, look, oldscool, outfit, print, second hand, set, slim, unisex, vintage, itp.* Trzeba podkreślić, iż pożyczki z tego języka występują we wszystkich kategoriach tematycznych, na które podzielono zgromadzony materiał.

Oprócz tego, w wyekscerpowanym materiale odnaleźć można 14 zapożyczeń z języka francuskiego²³. Stanowią one 10% zebranej leksyki i dotyczą takich kategorii, jak: style w modzie (buduarowy – fr. *boudoir*; retro – fr. *rétro*); elementy stylizacji (*espadryle* – fr. *espadrille*; melonik – fr. (*chapeau*) *melon*; szmizjerka – fr. *chemisière*); słownictwo określające części ubrań (manszety – fr. *manchette*); słownictwo związane z wzorami i materiałami ubrań (*popelina* – fr. *popeline*; *żakard* – od J. M. *Jacquard*, tkacza i wynalazcy francuskiego); synonimy leksemów ‘ubranie’ i ‘wygląd’ (*komplet* – fr. *complet*; stylizacja –

²³ Pożyczki francuskie oddziałują, zaraz po anglicyzmach, najmocniej na współczesną polszczyznę.

fr. *stylisation*); słownictwo związane z makijażem (baza – fr. *base*; puder – fr. *poudre*); skróty i skrótowce od nazw (biżu – skr. od francuskiego wyrazu *bijouterie*); inne (kolekcja – fr. *collection*).

W słownictwie modowym można również wskazać 6 zapożyczeń z języka niemieckiego (ok. 4% nazw wykscerpowanych z blogów). Wyrazy te to składniki takich kategorii, jak: elementy stylizacji (nerka – niem. *Niere*); słownictwo określające części ubrań (brustasza – niem. *brusttasche*; *Brust* ‘piers’ + *Tasche* ‘kieszonka’; lampasy – niem. *Lampassen*); słownictwo związane z makijażem (tusz – niem. *Tusche*); inne (linia – niem. *Linie*; marka – niem. *Marke*).

Kolejną grupą są zapożyczenia z języka hiszpańskiego. W materiale znalazły się 4 leksemy (ok. 3% haseł), związane z następującymi kręgami tematycznymi: elementy stylizacji (bolerko – od hiszp. *bolero*; poncho/ponczo – hiszp. *poncho*), słownictwo określające części ubrań (baskinka – hiszp. *basquina*) i słownictwo związane z makijażem (*mascara* – hiszp. *máscara*).

W zebranej leksyce znalazła się również jedna pożyczka z języka rosyjskiego. To wyraz zaliczający się do kręgu elementów stylizacji, a konkretnie będący nazwą butów: sztyblety – ros. *sztiblet*. Ponadto, wśród zgromadzonej leksyki modowej pojawiło się jedno zapożyczenie z języka suahili: *safari* oraz jedno z języka łacińskiego, dotyczące makijażu. Jest to słowo *korektor* (łac. *corrector*).

Pod względem struktury w omawianym materiale dominują zapożyczenia właściwe²⁴. Wyrazy obce w słowniku mają więc zazwyczaj postać niezmienną bądź nieznacznie zmodyfikowaną (spolszczoną). W oryginalnej formie wystąpiły m.in. takie oto leksemy: basic – ang. *basic*; blog – ang. *blog*; brand – ang. *brand*; design – ang. *design*; look – ang. *look*; make-up – ang. *make-up*; parka – ang. *parka*; poncho – hiszp. *poncho*; trend – ang. *trend*, itp. Zgodnie z typologią H. Rybickiej można je zakwalifikować do zapożyczeń leksykalnych.

Ponadto część z zebranych leksemów to zapożyczenia morfemowe. Uległy bowiem przekształceniom formalnym, dostosowując się do rodzimego systemu gramatycznego. Adaptacja nastąpiła poprzez dodanie:

- a) sufiksu **-a**: blogosfera (z ang. *blogosphere*); brustasza (z niem. *brusttasche*); linia (z niem. *Linie*); marka (z niem. *Marke*); nerka (z niem. *Niere*); popelina (z fr. *popeline*);
- b) sufiksu **-er**: bloger (od ang. *blog*);
- c) morfemu **-y**, wprowadzającego postać *plurale tantum* lub liczby mnogiej: awiatory (ang. *aviator*); brogisy (ang. *brogues*); bryczesy (ang. *breeches*); lampasy (niem. *Lampassen*); legginsy (ang. *leggings*); loafersy (ang. *loafers*); mokasyny (ang. *moccasin*); sneakersy (ang. *sneakers*); sztyblety (ros. *sztiblet*).

²⁴ W niniejszym artykule stosuje się typologię zapożyczeń Haliny Rybickiej (zob. Rybicka 1976).

Przystosowanie obcojęzycznych wyrazów do polszczyzny nastąpiło również w efekcie usunięcia niemego **-e** w wypadku takich wyrazów, jak: puder (fr. *poudre*) i tusz (niem. *Tusche*).

Oprócz tego w zebranych materiale znalazły się określenia przymiotnikowe, które również zalicza się do zapożyczeń morfologicznych. Utworzono je od wyrazów obcych, dodając sufiksy **-owa**, **-owe** i **-owy**: basicowy – „basicowy t-shirt” (Pani Ekscelencja); buduarowy – „buduarowy styl” (Pani Ekscelencja); casualowa – „casualowa stylizacja” (Cajmel); facebookowy – „rozwiązanie konkursu na omim facebookowym profilu” (VANITAS); grunge’owy – „koszula w kratę nadaje lekko grung’owego charakteru stylizacji” (Cajmel); outdoorowy – „element outdoorowy” (Pani Ekscelencja); oversize’owy – „oversize’owy styl” (Pani Ekscelencja); packshotowe – „bardzo lubię przeglądać packshotowe stylizacje” (Cajmel).

Wśród zapożyczeń modowych znajdują się także kalki słowotwórcze i frazeologiczne²⁵. Zgromadzony materiał dowodzi, iż są to odwzorowania wyrazów i zwrotów z języka angielskiego:

- a) kalki słowotwórcze: na wymiar (ang. *bespoke*); bez nazwy (ang. *no-name*); nadwymiarowe (ang. *oversize*); pokój/salon wystawowy (ang. *showroom*); lista życzeń (ang. *wishlist*).
- b) kalki frazeologiczne: zrób to sam (ang. *do it yourself*); kodeks ubioru (ang. *dress code*); tydzień mody (ang. *fashion week*); mieć nadzieję, że (coś) się podoba (ang. *hope you like it*); musisz mieć (ang. *must have*); paznokcie dnia (ang. *nails of the day*); strój dnia (ang. *outfit of the day*); pozostać na bieżąco (ang. *stay tuned*); uliczny styl (ang. *street style*); totalny wygląd (ang. *total look*).

Ponadto, część słownictwa modowego można zaliczyć do grupy internacjonalizmów²⁶. Stosując klasyfikację A. Markowskiego²⁷, da się wyróżnić kilka monosemicznych internacjonalizmów leksykalnych. Są to bez wątpienia wyrazy związane z *Social Media* i Internetem, do których należą m.in.: *Facebook*, *Fanpage*, *Instagram*, *Lookbook*, *Snapchat* czy *Tumblr*.

²⁵ Pod pojęciem *kalki* (zapożyczenia strukturalnego) rozumie się wierne odwzorowanie (tłumaczenie) obcych konstrukcji językowych. Wśród nich Halina Rybicka wyodrębnia: a) kalki słowotwórcze, zwane również wyrazowymi, będące przełożeniem pojedynczych obcych słów (np. nastolatek z ang. *teenager*); b) kalki składniowe, obejmujące połączenia wyrazów (np. pod adresem z ros. *na adres*); c) kalki frazeologiczne, czyli zwroty idiomatyczne obcego pochodzenia (np. tu jest pies pogrzebany z niem. *da liegt der Hund begraben*) (Rybicka 1976: 76–105).

²⁶ Internacjonalizm (z fr. *internationalisme*) to wyraz pochodzący z jednego pnia, np. z greki, i występujący w wielu językach w tym samym znaczeniu, dostosowany pod względem fonetycznym, ortograficznym i morfologicznym do systemu każdego z tych języków, np. *filozofia* (USJP).

²⁷ zob. Markowski 2004: 39–50.

Część leksemów cechuje wariantywna forma zapisu. Jest to skutek próby przystosowania wyrazu do gramatycznego systemu językowego. Przykładami takich wyrazów są: bejsbolówka/baseballówka; Facebook/Fejsbook/Fejs; fan-page/fanpejdż; loafersy/lordsy; oldschoool/oldskool/oldskul, oxfordy/oksfordy, poncho/ponczo; sneakersy/snikersy.

Tendencją łatwo dostrzegalną na blogach jest posługiwanie się obcym słownictwem pomimo istnienia rodzimych odpowiedników wyrazów. Szczególnie widoczne jest to w nagłówkach wpisów (*outfit of the day* zamiast ‘strój dnia’) oraz w opisach elementów stroju (*belt* zamiast ‘pasek’). Możliwe, iż jest to wynik globalizacji²⁸ i pragnienia dotarcia do jak największego grona odbiorców, potencjalnych nabywców – także tych zagranicznych. Jednak nie da się wykluczyć względów czysto komercyjnych. Częściej odnosi się bowiem wrażenie, iż wpisy przesyczone są anglicyzmami, ponieważ panuje w blogosferze na nie moda.

Pojęcie mody językowej rozumiane jest szeroko. S. Bąba i B. Walczak podają, iż odnosi się ona zarówno do elementów obcych, jak i rodzimych. Zdaniem badaczy, nadmiar zapożyczeń jest zwykle odzwierciedleniem snobizmu oraz może – w przeświadczeniu nadawcy komunikatu – pełnić walory estetyczne. Modne mogą być: wyrazy, związki frazeologiczne czy konstrukcje składniowe (1992: 14–15).

W wypadku blogów omawiane zjawisko ujawnia się przez ekspansję obcych słów kosztem rodzimych określeń synonimicznych. Zarówno twórcy blogów, jak i ich odbiorcy dają pierwszeństwo pożyczkom, postrzegając je jako atrakcyjniejsze, bardziej precyzyjne i profesjonalne. Językoznawcy twierdzą, iż moda nieargumentowana bodźcami pozajęzykowymi czy ekspresywiźmami jest zjawiskiem negatywnym. Napływ „trendów językowych” prowadzi również zwykle do zubożenia leksykalnych środków wyrazu, a także przyczynia się niejednokrotnie do zwiększenia liczby popełnianych błędów (nadużywanie wyrazów modnych często występuje bowiem w niewłaściwych kontekstach). Warto dodać, iż modę językową cechuje ogromna niestabilność i w związku z tym repertuar wyrazów modnych nieustannie się zmienia (Bąba, Walczak 1992).

Posługiwanie się terminologią obcą to także sposób na kreowanie wizerunku specjalisty-zawodowca, znającego nowinki modowe i regularnie bywającego w „wielkim świecie” mody. O tej funkcji zapożyczeń pisze B. Rejakowa, stwierdzając, iż:

²⁸ Termin *globalny* rozumiany jest tutaj jako ‘używany na wszystkich zamieszkałych kontynentach’. Współcześnie globalny charakter posiada język angielski, który pozwala na bezproblemowe porozumiewanie się w większości krajów., <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/swiat/1517206,1,powrot-do-wiezy-babel.read> (dostęp: 26.06.2017).

przejawem strategii i funkcji, jaką ma pełnić dyskurs o modzie, jest staranie się o to, aby odbiorca przez ciąg skojarzeń odniósł wrażenie, że otrzymuje informacje prosto ze stolicy mody, od specjalisty, któremu udało się zdobyć najświeższe informacje, a dowodem tego mają być m.in. wprowadzane do tekstu nazwy obce (Rejakowa 2010: 15).

Dyskusyjna wydaje się jednak konieczność stosowania niektórych wyrazów obcych, gdy obecne są ich odpowiedniki rodzime. W. Kochański akcentuje, iż w analizie zapożyczeń powinno zadawać się pytanie o to, czy są one potrzebne/niepotrzebne, a nie o to, czy są rodzime/obce. Zdaniem badacza, za potrzebne pożyczki trzeba uznać takie, które nie mają w danej chwili swoich polskich ekwiwalentów. W związku z powyższym, wiele wyrazów mody, występujących na blogach, można postrzegać jako zupełnie zbędne (Kochański, Klebanowska, Markowski 1989: 271–295).

Warto nadmienić, iż znacznej części stosowanego przez blogerów słownictwa nie notują najnowsze słowniki polskiego języka ogólnego. Leksemy funkcjonują jednak pręźnie w przestrzeni internetowej. Oprócz blogów występują m.in.: na oficjalnych stronach sklepów internetowych (choćby Zalando.pl), w poradnikach (np. „*Men’s Health*”), czy we vlogach (typu Radzka.pl).

Szczęólnego podkreślenia wymaga to, iż większość wyrazów omawianego obszaru to neologizmy. Dotyczą one przede wszystkim zapożyczeń (które dominują w zebranych materiale i są istną skarbnicą nowych wyrazów). Polszczyzna anektuje je wraz z nieznanym dotąd na rodzimym gruncie zjawiskiem, obiektem czy przedmiotem. Przykładem takich wyrazów są m.in. wyrazy z kręgu elementów stylizacji, choćby takie, jak: *bomber*, *choker* czy *espadryle*. Oprócz tego, neologizmy pełnią bardzo często funkcję urozmaicającą. Występują jako synonimy polskich wyrazów, a niejednokrotnie nawet zaczynają dominować nad rodzimymi. W wypadku słownictwa mody, można wymienić wśród tego typu neologizmów następujące jednostki: *outfit* – zamiast pol. ‘strój’; *look* – w zastępstwie pol. ‘wyglądu’, czy *set* – czyli pol. ‘zestaw’. Przejmowane są nie tyle pojedyncze leksemy, ile różnorodne struktury rozbudowane, w tym kalki, jak choćby: *do it yourself* ‘zrób to sam’; *total look* ‘totalny wygląd’ oraz *wishlist* ‘lista życzeń’.

Nowe wyrazy powstają także przez dodanie odpowiednich formantów słowotwórczych do rodzimego lub obcego rdzenia, a więc w procesie derywacji morfologicznej. W omawianym materiale nowe słowa powstały w wyniku połączenia rzeczownika (zarówno rodzimego, jak i obcego), spełniającego rolę tematu słowotwórczego, z odpowiednim formantem słowotwórczym.

Leksemy zostały utworzone przez dodanie następujących sufiksów:

- a) **-arka**: *szafiarka* (*szafa* + *arka*);
- b) **-eks/ex**: *lumpeks* (*lump* + (*Pew*)*ex*);

- c) **-er**: *bloger* (ang. *blog* + *er*);
- d) **-ik**: *melonik* (*melon* + *ik*);
- e) **-ka**: *baskinka* (hiszp. *basquina*: *baskina* + *ka*); *blogerka* (ang. *blog*: *bloger* + *ka*); *chanelka* (ang. *Chanel* + *ka*);
- f) **-ko**: *bolerko* (hiszp. *bolero* + *ko*);
- g) **-owa**: *packshotowa* (ang. *packshot* + *owa*);
- h) **-owy**: *budurowy* (*buduar* + *owy*); *grungowy* (ang. *grunge* + *owy*); *zakardowy* (*zakard* + *owy*);
- i) **-ówka**: *baseballówka* (ang. *baseball* + *ówka*); *kopertówka* (*koperta* + *ówka*); *polówka* (ang. *polo* + *ówka*); *sieciówka* (*sieć* + *ówka*);

lub elementów pełniących funkcję polskich końcówek fleksyjnych:

- a) **-i**: *lotniki* (*lotnik* + *i*); *monki* (ang. *Monk* + *i*); *wyłogi* (*wyłóg* + *i*); *pensówki* // *pensówka* (ang. *penny*: *pens* + *ówki*);
- b) **-ki**: *oficerki* (*oficer* + *ki*); *lenonki* (ang. *Lennon* + *ki*);
- c) **-y**: *aviatory* (ang. *aviator* + *y*); *bryczesy* (ang. *breeches*: *bryczes* + *y*); *koturny* (*koturn* + *y*); *legginsy* (ang. *leggings* + *y*); *loafersy* (ang. *loafers* + *y*); *manszety* (fr. *manchette* + *y*); *mokasyny* (ang. *moccasin* ‘mokasyn’ + *y*); *oxfordy* (ang. *Oxford* + *y*); *sneakersy* (ang. *sneakers* + *y*); *szyblety* (ros. *sztiblet* + *y*).

Ponadto, część leksemów modowych to tzw. *composita*, czyli inaczej mówiąc – złożenia lub z kolei wyrazy oparte na wyrażeniach przyimkowych. W omawianym materiale pojawiły się, m.in.: *bezrękawnik* – od ‘bez rękawów’; *nauszniki* – od ‘na uszy’; ang. *oversize* ‘nadwymiarowy’ – od *over* ‘nad’ + *size* ‘wymiar’; ang. *lookbook* – od ang. *look* ‘wygląd’ + *book* ‘książka’.

Dodatkowo wyekscerpowano kilka wyrazów, które utworzono w wyniku tzw. przeniesienia. Proces ten zachodzi zazwyczaj między dwoma obiektami posiadającymi jakieś cechy wspólne i na skutek tego podobieństwa następuje przeniesienie nazwy z jednej kategorii do drugiej (Rospond 1979: 163). W badanym materiale spotykamy nazwy przeniesione wprost, bez żadnych przeobrażeń morfologicznych, np.: *nerka* – ‘torebka na pasku, przypominająca kształtem nerkę’ (na skutek podobieństwa przeniesiono nazwę z narządu na dodatek modowy). Częściej jednak nazwy wskazujące inne obiekty są traktowane jako podstawy słowotwórcze, modyfikowane za pomocą odpowiednich formantów, np.:

- a) **aktówka** – teczka, która służy do przenoszenia akt; nazwę przeniesiono z jednego przedmiotu na drugi i za pomocą sufiksu **-ówka** wprowadzono rozróżnienie obiektów;
- b) **kopertówka** – torebka, która kształtem przypomina kopertę. Na skutek podobieństwa przeniesiono nazwę i dodano sufiks **-ówka**;
- c) **melonik** – kapelusz, którego kształt przypomina melon; nazwę przeniesiono z owocu i dodano sufiks **-ik** do podstawy słowotwórczej;

d) **Monki** – określenie butów to analogia do ang. *monk* ‘mnich’; ‘nazwa *Monk* wywodzi się od mnicha, gdyż buty przypominają nieco sandały, zwykle noszone przez mnichów’²⁹;

e) **sieciówka** – przeniesienie nazwy z ‘sieci’ ze względu na wspólnotę cech – połączenie między elementami.

Warto podkreślić, iż wiele leksemów modowych powstało w wyniku morfologicznej modyfikacji nazw własnych i nadania nowo powstałym leksemom statusu nazw pospolitych, np.:

a) **chanelka** – początkowo leksem oznaczał jedynie torbę marki *Chanel*. Z czasem, wyrazem tym wzbogaconym o sufiks **-ka** zaczęto nazywać wszystkie torby przypominające kształtem kultowy przedmiot³⁰.

b) **lenonki** – USJP wskazuje, że nazwa okularów, o charakterystycznych okrągłych szklach, pochodzi od nazwiska angielskiego piosenkarza *Johna Lennona*, który nosił taki model oprawek;

c) **oxfrody** – miano butów to pochodna od nazwy miasta w południowej Anglii – Oxford, a dokładniej od uczelni *University of Oxford*;

d) **ramoneska** – SWO wskazuje, że *ramoneska* to pochodna od nazwy angielskiej grupy rockowej *The Ramones*, której członkowie występowali w takich kurtkach;

e) **vansy** – nazwa modelu butów powstała od nazwiska założycieli koncernu obuwniczego – J. i P. *Van Doren*;

f) **żakard** – USJP podaje, że nazwa tkaniny pochodzi od nazwiska francuskiego wynalazcy i tkacza J. M. *Jacquarda*.

Denotaty (desygnaty) są albo pojedynczymi obiektami (*żakard* czy *ramoneska*) albo zbiorowymi (*lenonki*, *oxfordy*, *pensówki*³¹, *meliski*). W pojedynczych wypadkach nastąpił proces depropriacji nazwy, czyli apelatywizacji lub dechrematyzacji, tj. przejścia z kategorii nazw własnych do klasy wyrazów pospolitych.

Oprócz tego, dostrzegalną tendencją blogerów w procesie budowania nowych słów jest tworzenie form skróconych od istniejących wyrazów. W leksemach modowych pojawiają się skróty i skrótowce (spośród których liczną grupę stanowią akronimy, czyli słowa utworzone przez skrócenie wyrażenia składającego się z dwóch lub więcej wyrazów). Są to: **biżu**

²⁹ <https://sklep.klasycznebuty.pl/monki,126.html> (dostęp: 18.04.2017).

³⁰ <http://www.snobka.pl/artukul/torebka-chanel-kosztowny-przedmiot-pozadania-19137> (dostęp: 15.04.2017).

³¹ **pensówki** – nazwa butów została utworzona przez analogię do pensa. Nazwę zawdzięczają studentom elitarnych szkół amerykańskich, którzy mieli w zwyczaju wsuwać pod zewnętrzny pasek butów jednego pensa (*penny*) na szczęście. Stąd się wzięło określenie *penny loafers*; zob. http://www.logo24.pl/Logo24/1,110984,8493740,Mokasyny_pensowe____.html (dostęp: 18.04.2017).

(skr. od wyrazu ‘biżuteria’); **DIY** (skr. od ang. wyrazu ‘do it yourself’) ‘zrób to sam’; **fluxy** ‘określenie stosowane na model butów Adidas ZX FLUX’; **FW** (skr. od ang. ‘fashion week’) ‘tydzień mody’; **lump** (skr. od wyrazu ‘lumpeks’); **NOTD** (skr. od ang. ‘nails of the day’) ‘paznokcie dnia’; **oksy** (skr. od wyrazu ‘okulary’); **OOTD** (skr. od ang. ‘outfit of the day’) ‘strój dnia’; **sh** (skr. od ang. ‘second hand’) ‘lumpeks’: „Sweterek – **sh**” (Cajmel); **snap** (skr. od ang. ‘snapback’) ‘skrót określający rodzaj czapki’; **T** (skr. od ang. ‘t-shirt’) ‘koszulka z krótkim rękawem’; **Timbsy/Timby** ‘skr. określający buty marki Timberland’.

W słownictwie środowiska blogerów modowych uwidacznia się także tendencja do posługiwania się leksyką ekspresywno-wartościującą. Wyrazy nacechowane stosowane są przede wszystkim w celu wyeksponowania walorów danego elementu, wyrażenia nadzwyczajności i praktyczności określonej rzeczy. Czasami bywają także i narzędziem krytyki. W obu wypadkach mają na uwadze wpłynięcie na opinię odbiorców – za ich pośrednictwem blogerzy nastawiają pozytywnie bądź negatywnie do prezentowanego przedmiotu (Rejakowa 2010: 17–20)

Określenia ekspresywno-wartościujące, które pojawiają się na blogach, to m.in. wyrazy z przedrostkami wnoszącymi określone konotacje:

- a) **arcy-**: „arcymodne korale” (Cajmel);
- b) **mega-**: „te okulary są megaszpanerskie” (Pani Ekscelencja);
- c) **prze-**: „bluzeczka z dzisiejszego wpisu jest przeurocza” (Cajmel);
- d) **naj-**: „najcieplejsze buty ever!” (Pani Ekscelencja);
- e) **super-**: „spodnie są superwygodne” (Jakub Roskosz).

Do repertuaru słownictwa ekspresywno-wartościującego zaliczyć można tzw. słowa-wytrychy typu:

- a) **kultowy**: „**kultowe** spencery Wranglera” (Jakub Roskosz);
- b) **klasyk**: „W każdej szafie znajdują się rzeczy, które nazywamy **klasykami**” (VANITAS);
- c) **ponadczasowy**: „bardzo **ponadczasowy** fason” (VANITAS);
- d) **uniwersalny**: „**uniwersalny** model” (Jakub Roskosz).

Wartościowanie to również dobór odpowiednich przymiotników. Pozytywne skojarzenia przywołują chociażby takie stosowane przez autorów blogów epitety, jak: *uroczy*, *elegancki* czy *cudowna*: „urocza czapeczka” (Cajmel); „bardzo wygodne sztyblety” (VANITAS); „elegantkie buty” (VANITAS); „cudowna kokarda” (Cajmel).

Niejednokrotnie blogerzy wyrażają za pomocą epitetów swoje niezadowolenie. Stosują wówczas m.in. takie oto wyrażenia: *nabożna suknia* (Pani Ekscelencja); *chińskie łąchy* (Pani Ekscelencja); *pańciowata sukieniuńia* (Pani Ekscelencja); *nudne jeansy* (Jakub Roskosz).

Ponadto blogerzy posługują się niekiedy ekspresywizmami charakterystycznymi dla stylu potocznego. Wśród nich wymienić można, np. *fajowskie spodnie* (Pani Ekscelencja); *oldchoolowe słuchawki* (Pani Ekscelencja); *hipsterskie metki* (Pani Ekscelencja) czy *dzisiejsza sesja to najlepszy spontan* (Pani Ekscelencja).

Zgromadzone i zanalizowane w niniejszym artykule słownictwo obrazuje w dużym skrócie swoiste cechy idiolektów poszczególnych autorów poradników modowych i szerzej – socjolektu całego środowiska blogerów modowych. Badania nad leksyką zawartą na omawianych stronach internetowych pozwoliły również wykazać główne tendencje w języku mody, który jest zjawiskiem niejednorodnym i nieustannie zmiennym. Jego opisanie jest w związku z tym zadaniem niezwykle trudnym. Ulotny charakter słownictwa – znikającego wraz z ustaniem popularności trendu, który określa – nie pozwala na stworzenie stabilnego wykazu repertuaru środków wyrazu z tego obszaru. Tym samym, statystyki co do liczby leksemów wciąż się wahają. Można podejmować jedynie próby opisanie języka mody danego okresu. Nie jest to jednak zadanie bezużyteczne. Leksyka doskonale odzwierciedla bowiem obowiązującą w danym czasie modę, kulturę i inspiracje; jest świadectwem czasów, w których powstała.

Źródła

- www.cajmel.pl (dostęp: 1.12.2016).
www.jakubroskosz.com (dostęp: 1.12.2016).
www.paniekscelencja.com (dostęp: 1.12.2016).
www.vaniitas.blogspot.com (dostęp: 1.12.2016).

Literatura

- Bartmiński J., 2001, *Styl potoczny*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmińskiego, Lublin, s. 115–135.
- Bąba S., Walczak B., 1992, *Moda językowa*, [w:] Tychże, *Na końcu języka. Poradnik leksykalno-gramatyczny*, Warszawa–Poznań.
- Breza E., 2005, *Nazwy obiektów i instytucji związanych z nowoczesną cywilizacją (chrematonymi)*, [w:] *Polskie nazwy własne – encyklopedia*, pod red. E. Rzetelskiej-Feleszko, Kraków, s. 343–363.
- Encyklopedia językoznawstwa ogólnego*, 1993, pod red. K. Polańskiego, Wrocław.
- Grabias S., 2001, *Środowiskowe i zawodowe odmiany języka – socjolekty*, [w:] *Współczesny język polski*, pod red. J. Bartmińskiego, Lublin, s. 235–254.

- Grzenia J., 2006, *Komunikacja językowa w Internecie*, Warszawa.
- Kawka M., 2010, *Blog jako gatunek dziennikarski – ewolucja i transgresja*, [w:] *Internetowe gatunki dziennikarskie*, pod red. K. Wolnego-Zmorzyńskiego, Warszawa.
- Kochański W., 1989, *Właściwe posługiwanie się wyrazami zapożyczonymi*, [w:] W. Kochański, B. Klebanowska, A. Markowski, *O dobrej i złej polszczyźnie*, Warszawa, s. 271–296.
- Markowski A., 2004, *O pojęciu i typach internacjonalizmów semantycznych*, „Poradnik Językowy”, z. 2, Warszawa, s. 39–50.
- Olszański L., 2006, *Dziennikarstwo internetowe*, Warszawa, s. 36–50.
- Rejakowa B., 2010, *Dyskurs o modzie w aspekcie językowo-stylistycznym*, [w:] Tejże, *Kulturowe aspekty języka mody*, Lublin, s. 11–46.
- Rospond S., 1979, *Słotwórstwo, semantyka, słownictwo*, [w:] Tegoż, *Gramatyka historyczna języka polskiego*, Warszawa, s. 137–160.
- Rybicka H., 1976, *Losy wyrazów obcych w języku polskim*, Warszawa.
- Tomczyk T., 2013, *Blog: pisz, kreuj, zarabiaj*, Warszawa.

Słowniki

- USJP – *Uniwersalny słownik języka polskiego*, 2003, red. S. Dubisz, Warszawa.
- SWO – *Słownik wyrazów obcych PWN*, Warszawa 2009.

Strony internetowe:

- eredaktor.pl (dostęp: 23.05.2017).
- <http://badanieblogosfery.blox.pl/html> (dostęp: 23.05.2017).
- <http://www.blog-media.pl/badania-polska-blogosfera-2016/> (dostęp: 23.05.2017).
- <https://www.facebook.com/cajmel.official/?fref=ts> (dostęp: 15.12.2016).
- <http://www.snobka.pl/artykul/portret-blogerki-cajmel-15687#> (dostęp: 15.12.2016).
- <http://bit.ly/2nFuFpF> (dostęp: 15.12.2016).
- <http://jakubroskosz.com/autor/> (dostęp: 15.12.2016).
- <https://www.facebook.com/VANITAs-203625449705386/> (dostęp: 15.12.2016).
- <https://sklep.klasycznebuty.pl/monki,126.html> (dostęp: 18.04.2017).
- http://www.logo24.pl/Logo24/1,110984,8493740,Mokasyny_pensowe____.html (dostęp: 18.04.2017).
- <http://www.snobka.pl/artykul/torebka-chanel-kosztowny-przedmiot-pozadania-19137> (dostęp: 15.04.2017).
- <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/swiat/1517206,1,powrot-do-wiezy-babel.read> (dostęp: 26.06.2017).

Blaskowy fejm 'glittering fame', on the language of fashion bloggers

Summary

The article discusses the vocabulary used by fashion bloggers. Attention was paid to value-based vocabulary and syntactic constructions used to valorise fashion, its trends and the most important aspects depending on time and customs.

Key words: fashion, trend, blog, valuing lexis

Słowa-klucze: moda, trend, blog, leksyka wartościująca