

DOI: 10.31648/an.9933

**Anna Romanik**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2733-6503>

Uniwersytet w Białymstoku/ University of Białystok

[a.romanik@uwb.edu.pl](mailto:a.romanik@uwb.edu.pl)

## **Anglicyzmy z zakresu ekologii w polskiej i rosyjskiej prasie typu *life style***

### **Anglicisms from the Field of Ecology in Polish and Russian Lifestyle Magazines**

**Abstract:** This article deals with the neologisms of Anglo-American provenance which refer semantically to ecology. The source of the excerpted factual material is Polish and Russian-language glossy lifestyle magazines. The presence of “ecological anglicisms” in the discourse analyzed testifies to the pragmatic need to unify the communication of different nations in the field of global environmental protection, and may be due, among other factors, to psychological reasons, such as the fashion of using English, or the need to promote the ideological solidarity of societies towards “Mother Nature”. The aim of the analysis is to determine the specificities of the collected units in terms of their conceptual domains and other formal characteristics. The examination of the material shows that some characteristics are visible in it, e. g. the dominance of units with meliorative colours, the high prevalence of “ecological anglicisms” in the form of citations, the internationality of loanwords, etc.

**Keywords:** Anglicism, ecology, lifestyle glossy magazine, neologism, lexical borrowing

## **1. Słowo wstępne**

Ochrona środowiska naturalnego zajmuje aktualnie centralne miejsce wśród najistotniejszych globalnych problemów i jednocześnie stanowi ogromne wyzwanie dla współczesnej ludzkości zmagającej się z coraz bardziej dotkliwymi skutkami eksploatacji i zanieczyszczenia Ziemi. Dążenie do zminimalizowania negatywnego wpływu człowieka na przyrodę odnotowuje się, niestety, w niewielu branżach przemysłu światowego i w skali, którą trudno jest określić jako zadowalającą. Niemniej próby zahamowania niszczenia planety są podejmowane np. przez polityków, przedsiębiorców, a także dostrzegane w codziennych działaniach „zwykłych”

ludzi we własnych gospodarstwach domowych. W społeczeństwach odpowiednio wyedukowanych ewidentnie popularyzuje się koncepcje proekologiczne, które wynikają z różnych pobudek – z troski o Ziemię i przyszłość następnych pokoleń czy też z mody na bycie „eko”. Niezależnie od intencji nagłaśnianie problemów dotyczących środowiska naturalnego i tym samym uświadamianie ludzi w danym temacie jest wartością dodaną.

W centrum uwagi zaproponowanego opracowania jest słownictwo anglo-amerykańskiej proveniencji, które w sposób bezpośredni lub pośredni nawiązuje do tematyki ekologii. Materiał faktograficzny wyekscerpowano z tekstów użytkowych (artykułów, wywiadów, felietonów, reklam), opublikowanych na łamach polsko- i rosyjskojęzycznych ekskluzywnych czasopism lifestylowych. Pisma typu *life style* są tu rozumiane, zgodnie z definicją Mateusza Niecia, jako prasa, która „kształtuje określone wartości i postawy społeczne, normy i zwyczaje, styl życia osobistego i zawodowego (...)” (Nieć 2010: 22). W wybranym gatunku medialnym teksty bezpośrednio poruszające problematykę stanu środowiska naturalnego zajmują raczej marginalne miejsce. Odniesienia do ekologii z reguły mają charakter pośredni, co oznacza, że pojawiają się w momencie podnoszenia innych tematów dotyczących codziennego bytu, tj. moda, dbałość o urodę i zdrowie, zakupy, odżywianie się, rozrywka itd. Zatem jest to specyficzna przestrzeń językowa, w której ekologizacja języka wyróżnia się swoistymi cechami wartymi odnotowania. Materiał badawczy ograniczono do leksyki zapożyczonej z języka angielskiego, który posiada dziś rangę uniwersalnego narzędzia komunikacji międzynarodowej. Podjęcie takiej decyzji wynika z faktu, że anglicyzmy zajmują istotną pozycję w dyskursie ekologicznym, formułują kolektywną świadomość zagrożeń wobec Ziemi, wyraźnie świadczą o globalnym zasięgu problemu ochrony środowiska i jednocześnie wydają się „ekonomicznym” i zrozumiałym dla większości narodów świata sposobem porozumiewania się w danej kwestii. Celem pracy jest określenie właściwości danego zbioru pod kątem specyfiki zakresu pojęciowego, funkcjonalnego, a także innych cech o charakterze formalnym.

Warto nadmienić, że skoncentrowanie opracowania na leksyce z zakresu ochrony środowiska we wskazanej przestrzeni medialnej ma swoje uzasadnienie. Po pierwsze, jak słusznie zauważa Jolanta Sujecka-Zajac, media „uczyniły z ekologii dyżurny temat dnia, jednocześnie, jak to bywa w takich przypadkach, spływając samą dziedzicę do kilku nośnych haseł o mocnym zabarwieniu emocjonalnym” (Sujecka-Zajac 2020: 12). Po drugie, leksyka korelująca z problemami zagrożeń wobec natury odnotowywana w czasopismach typu *life style* funkcjonuje na innym poziomie językowym (stylistycznym, tematycznym) niż np. w eko-

logicznym dyskursie naukowym czy popularno-naukowym, które znacznie częściej są przedmiotem debaty lingwistów. I w końcu po trzecie, eksploracja wybranego słownictwa motywowana jest niedoborem opracowań lingwistycznych w danym zakresie. Paradoksalnie powszechność i aktualność zagadnienia ekologii oraz jej języka nie odzwierciedla się w literaturze przedmiotu. Przegląd opublikowanych na ten temat prac wykazał, że analiza dyskursu ekologicznego, w tym leksyki ekologicznej, stanowi niszę w językoznawstwie sławistycznym, która wymaga uzupełnienia. Opis języka danej sfery zaproponowali do tej pory nieliczni badacze, np. Magdalena Steciąg (2010; 2012), Halina Grzmil-Tylutki (2000), Natalia Długosz (2015), Olga Kalonova i Tatiana Dubrovskaya (2015), Nataliia Kasianchuk (2020), Mariya Basinskaya (2014) oraz Yelena Ivanova (2007).

## 2. Ustalenia metodologiczne

W niniejszym artykule *ekologia* przejawia się w sposób dwojaki. Z jednej strony stanowi ona zakres przedmiotowy badań, co znaczy, że jest centrum pojęciowym analizowanej leksyki, z drugiej zaś wyraża się ona tu także na poziomie perspektywy badawczej i przyjętej metodologii, eksploracja dyskursu ekologicznego bowiem wpisuje się, jak pisze Magdalena Steciąg, w nurt krytycznych badań ekolingwistycznych, a badanie słownictwa ekologicznego jest jedną z bardziej efektywnych metodologii badania tegoż dyskursu (zob. Steciąg 2021: 62). Przedstawiony w pracy opis jednostek obcego pochodzenia z zakresu szeroko rozumianej ekologii (proponuję umownie nazywać je „anglicyzmami ekologicznymi”) zakłada analizę pochodzącego z najnowszych warstw czasowych słownictwa, które odnotowano w dwóch językach słowiańskich – w polskim oraz rosyjskim. Synchroniczne ujęcie tematu oparte na dwujęzycznej egzemplifikacji rysuje szerszą perspektywę funkcjonowania anglicyzmów pola semantycznego „ekologia”, co za tym idzie – w nieznacznym stopniu – również cech dyskursu ekologicznego w poszczególnych językach narodowych.

Podczas selekcji materiału empirycznego zastosowano szeroką perspektywę ekscerpcyjną. Znane są bowiem dwa podejścia wyboru jednostek językowych w dyskursie ekologicznym: wąskie i szerokie. Jak pisze Yelena Ivanova, w pierwszym przypadku uwzględnia się tylko instytucjonalne, specjalistyczne teksty stworzone bezpośrednio przez ekologów, natomiast w drugim – dodatkowo różnorodne teksty w sposób pośredni i bezpośredni nawiązujące do problemów ochrony środowiska (Ivanova 2007: 136). W tej pracy analizowane zapożyczenia wyodrębniono ze źródeł

utrzymanych w zróżnicowanej stylistyce – publicystycznej, potocznej, neutralnej – ich autorami są dziennikarze specjalizujący się w „lekkiej” tematyce związanej z codziennym bytem człowieka, dlatego też poziom nasycenia tekstów leksyką ekologiczną nie jest wysoki, a dobór odpowiedniego słownictwa „ekologicznego” ograniczony. W uwzględnionej przestrzeni badawczej dyskurs ekologiczny pozostaje w ścisłym kontakcie z innymi dyskursami określonymi przez profil czasopism, a w zasadzie przecina się z nimi.

Analizie poddano polsko- i rosyjskojęzyczne czasopisma, takie jak: „Cosmopolitan”, „Glamour”, „Vogue”, „Elle”, opublikowane w latach 2017–2022.

### 3. „Anglicyzmy ekologiczne” w dyskursie czasopism typu *life style*

Istotną pozycję w zbiorze słownictwa semantycznie nawiązującego do tematu ochrony środowiska zajmują jednostki obcej proveniencji – precyzyjniej – słownictwo z anglo-amerykańskim rodowodem. Skala zjawiska importu leksykalnego z danego areału we współczesnych językach słowiańskich jest bezdyskusyjnie spora. Powszechne przyczyny zjawiska zapożyczania (zarówno lingwistyczne, jak i ekstralingwistyczne) są na obecnym etapie badań językowych dobrze znane i opisane. Szerzej na temat przyczyn transferu językowego i roli zapożyczeń pisali już liczni badacze, m.in. Elżbieta Mańczak-Wohlfeld (1995), Kazimierz Luciński (2009), Yelena Marinova (2018), Leonid Krysin (1968), Anna Romanik (2012). Jednak w różnych dziedzinach życia, czy też w różnych dyskursach, istnieje szereg indywidualnych powodów, które sprawiają, że transfer językowy intensyfikuje się. W przestrzeni ekologii, która ma wymiar globalny, potrzeba unifikacji języka jest wyraźna, stąd też zrozumiałe częste sięganie po „wspólny mianownik językowy” w postaci anglicyzmów.

Należy jednocześnie podkreślić, że zapożyczenia z różnych pól semantycznych tworzą liczebny trzon leksyki, którą posługują się autorzy tekstów w badanych czasopismach. Istnieje nawet przeświadczenie, iż obcojęzyczne elementy stanowią jedną z głównych dominant zasobu słownictwa w danej przestrzeni, a ekskluzywne media typu *life style* odgrywają istotną rolę w procesie transferu leksykalnego (Kuleshova 2011: 52). Adresatem tekstów w głównej mierze jest skoncentrowane na potrzebach konsumpcyjnych społeczeństwo o kosmopolitycznych poglądach, kultywujące popularne w różnych dziedzinach życia trendy, w tym także „modne” postawy proekologiczne.

Zgromadzona leksyka posiada swoiste właściwości. Zaproponowana charakterystyka anglicyzmów ekologicznych wyekscerpowanych z tekstów o tematyce *life style* jest dość pobieżna, jednak przedstawia ogólny zarys cech wyróżniających dany zbiór pod kątem specyfiki zakresu pojęciowego, funkcjonalnego oraz innych aspektów językowych.

Z formalnego punktu widzenia zgromadzone „anglicyzmy ekologiczne” w obu badanych językach są reprezentowane przez różne części mowy, głównie rzeczowniki (*eco-blogger, ecofreak, ecozen, recycling, upcycling, greenwashing, пресайклер, частейнабилити, фудсейвер, фудшеринг*), ale też odnotowano przymiotniki (*eco-friendly, sea-friendly, organic, sustainable, vegan, vintage*) i formy czasownikowe (*reduce, reuse, rewear, recycle*). Zbiór ten cechuje także zróżnicowanie strukturalne analizowanych jednostek, które są wyrażane zarówno przez wyrazy proste, złożone, jak i przez bardziej rozbudowane struktury składniowe, np. zestawienia, czy nawet jednostki predykatywne. Praktycznie wszystkie wyselekcjonowane elementy językowe mają postać zapożyczeń właściwych bądź też wtężeń zachowujących oryginalną pisownię. Te ostatnie w tekstach polskojęzycznych nie wyróżniają się szczególnie ze względu na podobieństwo używanych w języku dawcy i biorcy alfabetów. Natomiast w ruszczyźnie ich obecność jest dostrzegalna ze względu na wizualne kontrastowanie dwóch różnych systemów graficznych – łacinki i cyrylicy. Należy uściślić (co zresztą poświadczą przykładowe cytaty ilustrujące praktyczne użycia anglicyzmów), że w tekstach rosyjskojęzycznych anglicyzmy obserwuje się w wariantywnych postaciach graficznych: w oryginale lub w rodzimej grafii.

Warto jednocześnie zaakcentować, iż pod względem „żywołności” w obu badanych przypadkach anglicyzmy ekologiczne odnotowane na łamach mediów typu *life style* to relatywnie „młode”, jednak stosunkowo ustabilizowane już w języku leksem (np. *recycling, upcycling*), których znaczenie jest znane użytkownikom polszczyzny i ruszczyzny. Niemniej najbardziej liczącą grupę tworzą neologizmy nazywające nowe desygnaty (zjawiska, trendy, ruchy, ideologie i inne artefakty w sposób bezpośredni lub pośredni nawiązujące do problematyki ekologii) i niejako będące markerami czasów współczesnych. Mowa tu o następujących innowacjach: pol. *greenwashing*/ ros. *гринвошинг* ‘inaczej „ekościema”, „zielone kłamstwo” – strategia marketingowa polegająca na nieuzasadnionym, kłamliwym kreowaniu ekologicznego wizerunku produktu, firmy, usługi, działania takie podejmowane głównie w branży odzieżowej i kosmetycznej’, pol. *eco-shaming*/ ros. *экошейминг* ‘zawstydzanie człowieka za jego „nieekologiczną” postawę wobec środowiska naturalnego; zawstydzanie to graniczy z werbalnym linczem, hejtem ze strony ekologicznych aktywistów’, pol. i ros. *clean beauty* ‘trend w branży kosmetycznej,

polegający na zrównoważonej produkcji kosmetyków, która odbywa się z poszanowaniem ludzkiego zdrowia i środowiska naturalnego' itp.

Zebrane z analizowanych czasopism jednostki niezbyt łatwo poddają się leksykalno-semantycznej klasyfikacji. Niemniej można wyodrębnić kilka specyficznych zbiorów, które precyzują zakresy pojęciowe zgromadzonego materiału.

Istotne miejsce przypada anglicyzmom określającym współczesne modne trendy lifestyle, promujące korzystne dla środowiska naturalnego ideologie, koncepcje, postawy czy też sposób życia. Niektóre z nich przyjmują postać ruchów społecznych stających się emblematem identyfikującym ludzi zatroskanych o przyszłość Ziemi. Słownictwo danej grupy ma wydźwięk melioratywny, nazywa postawy powszechnie uznawane za pozytywne. Ilustracją danego subpola semantycznego są następujące przykłady zapożyczeń zaczerpnięte zarówno ze źródeł polskich, jak i rosyjskich:

- pol. *biophilic design* „Ograniczanie zieleni to niepokojąca tendencja, której próbą odwrócenia jest biophilic design, czyli projektowanie pomieszczeń zgodnych z wrodzoną potrzebą ludzkiego związku z naturą” (Cosmopolitan 2019, 12: 90);
- pol. *less waste, vintage, recycled* „Zero waste, less waste, vintage, recycled są nie tylko trendem, ale także wyrazem troski o to, jak nasze codzienne wybory niszczą planetę” (Cosmopolitan 2019, 12: 77);
- pol. *eco-friendly*/ ros. *эко-френдли* „Kto powiedział, że nie możesz być piękna i eco-friendly?” (Cosmopolitan 2019, 11: 4); „И да, мы были очень эко-френдли: вечеринка обошлась без пластика (если не считать нарядов, конечно), но шумела до рассвета” (Glamour 2019, 11: 119);
- pol. i ros. *zero waste* „Charakterystyczna propagatorka stylu życia w nurcie zero waste – gotuje, prowadzi warsztaty i program kulinarny »Jagny Niedzielskiej kuchnia bez resztek«” (Glamour 2022, 9/223: 88); „Объясняем концепцию zero waste («ноль отходов») в пяти простых правилах” (Glamour 2018, 11: 202);
- ros. *reduce, reuse, recycle* „Золотое правило reduce, reuse, recycle легло в основу новой коллекции PINKO RE-GLAM, где старые CD-диски и алюминиевые банки как по волшебству превратились в сверкающие пайетки и застёжки” (Elle 2020, 7–8: 37);
- ros. *sustainable* „Движению sustainable в моде уже больше десяти лет, но подходящие по качеству ткани и возможности в эту сторону двигаться появились не так давно” (Elle 2020, 11: 48);
- ros. *фудшеринг* „Если ты хочешь развивать фудшеринг в своём городе, собирай группу активистов и пиши организаторам, они с радостью поделятся опытом” (Cosmopolitan 2018, 8: 173);

- ros. *шеринг* „Главный тренд в Чехии – шеринг. Совместное пользование стало настолько популярным, что молодёжь теперь не только делит квартиры и автомобили, но даже одежду и мебель” (Cosmopolitan 2017, 1: 104).

Wśród badanego materiału należy także wyróżnić nieliczną grupę jednostek, które są określeniami terminologicznymi z zakresu technologii ekologicznej i nazywają formę wtórnego przetwarzania odpadów z zamiarem produkcji nowego tworzywa. Mowa tu o następujących anglicyzmach:

- pol. *recycling* i *upcycling* „Oprócz materiałów powstałych z recydingu i upcyclingu oraz podjęcia próby tworzenia tkanin, które zdecydowanie w mniejszym stopniu obciążają środowisko, wielu z nich zwraca się ku wegańskim odpowiednikom” (Cosmopolitan 2019, 12: 76–77);
- ros. *апсайклинг* „Будучи убежденным и вечно мерзнущим веганом, в прошлом году запустила проект по апсайклингу шуб Nereja – собрала по своей Москве старые меховые пальто и сделала так, что их снова захотелось носить” (Vogue 2021, 6: 18).

Specyficzny zbiór tworzą określenia zjawisk o pejoratywnym zabarwieniu emocjonalnym, które w sposób pośredni nawiązują do tematu środowiska naturalnego. Za przykład mogą posłużyć zapożyczenia takie jak:

- pol. *greenwashing*/ ros. *гринвошинг* „Cały czas doświadczamy „greenwashingu”, czyli podszywania się pod naturalność i sugerowania nazwą produktu lub firmy, że dany preparat zaliczymy do grupy organicznych czy eco. Na szczęście jednak polscy konsumenci są wyedukowani i potrafią czytać składy” (Cosmopolitan 2019, 10: 73); „Мой вам ответ: разберитесь в теме, не ведитесь на зелёные наклейки и маркетинг-выдумки брендов, чтобы не стать жертвой гринвошинга” (Elle 2020, 5: 128);
- pol. i ros. *fast fashion* „To sposób na zmianę stylu życia, który można wdrożyć na wiele sposobów. Jednym z nich jest rezygnacja z fast fashion i zwrócenie się ku zrównoważonej modzie, która opiera się na trzech hasłach: recycle, remake, rewear. W skrócie, chodzi o to, by raz zakupiony ciuch pozostał z nami na dłużej” (Cosmopolitan 2019, 12: 76); „По неутешительным прогнозам ООН, к 2030 году сорока процентам населения грозит нехватка питьевой воды, и винить в этом стоит прежде всего стремительно развивающийся fast fashion” (Vogue 2018, 4: 101);
- ros. *экошейминг* „К экошеймингу отношусь отрицательно, но когда вижу в инстаграме блогера со стаканчиком кофе в руках, а в соседнем посте читаю об очередной паре его кроссовок, расцениваю это как анитиэкоповедение” (Elle 2020, 5: 128).

Pod względem ilościowym jednostki nacechowane negatywnie umiejscowiły się na peryferiach całego materiału, co może wynikać z faktu, że badane czasopiśma stronią od komentowania wrażliwych, trudnych czy negatywnych aspektów rzeczywistości, koncentrując uwagę na promowaniu głównie pozytywnych treści. Taka strategia językowa uwypukla się także podczas podejmowania problemów związanych z ekologią. Fakt, że dane anglicyzmy stanowią tu raczej marginalną część, wcale nie odzwierciedla proporcji w całym dyskursie ekologicznym.

Zgromadzony materiał pozwala na wyodrębnienie również grupy anglicyzmów, obejmujących nazwy subiektów związanych z działaniami proekologicznymi, np.

- ros. *пресайклер* „Пресайклеры. Так называют тех, кто задумывается об утилизации и переработке отходов еще до покупки косметики” (Glamour 2021, 9: 62);
- ros. *фудсейвер* „Фудсейверы договариваются с заведениями общепита и другими предприятиями о вывозе пригодных к употреблению товаров и блюд и раздают их благотворительным организациям или малоимущим (можно и себе забрать, главное не выбрасывать)” (Cosmopolitan 2018, 8: 173).

Kolejną subkategorię leksykalno-semantyczną tworzą określenia z zakresu polityki przemysłowej, działalności manufakturowej, w tym sposobu produkcji wyrażającej poszanowanie dla natury i zwierząt. Mowa tu m.in. o hasłach zamieszczanych głównie w reklamach i na etykietach produktów informujących o sposobie ich wytwarzania lub składzie. Najczęściej spotyka się je w branży odzieżowej i kosmetycznej. Anglicyzmy ekologiczne danej grupy pojęciowej zarówno w źródłach polskich, jak i rosyjskich odnotowano głównie w szacie reklam kosmetyków w obrębie symboliki graficznej przedstawiającej dodatkową informację o zaangażowaniu firmy w działania na rzecz ochrony środowiska (np. *100% plastic collect*) lub też ilustrującej certyfikaty kosmetyczne przyznawane produktom przez różne międzynarodowe organizacje, np. PETA. Chodzi tu o jednostki leksykalne zintegrowane z grafiką znakową: *vegan ok*, *CO2 neutral*, *green leaf*, *cruelty free & vegan*, *animal friendly*, *ocean friendly*. Warto dodać, że wymienione przykłady mają w obu językach postać anglojęzycznego oryginału. W badanych czasopismach tego typu słownictwo zarejestrowano także w tekście ciągłym, np.

- pol. *clean beauty* „Zakładam, że na poziomie procesu produkcyjnego znalezienie składników wpisujących się w kategorię clean beauty musiało być trudne... [...] Nieustannie stawiamy naszym partnerom produkcyjnym nowe wyzwania, starając się zastąpić skomplikowane składniki prostszymi, ale dobrymi dla skóry i środowiska” (Vogue 2022, 7–8: 216);



- pol i ros. *cruelty free* „Uważam, że zwierzęta są do kochania, nie testowania, i nikt nigdy nie powinien cierpieć dla żadnego kremu. Dlatego moja strefa piękna jest wolna od okrucieństwa: stawiam na kosmetyki wegańskie i cruelty free” (Glamour 2022, 4/219: 102); „Ваша марка придерживается политики cruelty free (без использования материалов из кожи животных)” (Elle 2018, 10: 70);
- ros. *fur free* „Но все равно мы шли на риск – в России, например, движение fur free не набрало мощных оборотов. Но в Англии и некоторых штатах США это очень важный аспект, особенно для молодежи” (Elle 2018, 10: 72).

Warto też zaakcentować, że większość powyżej przytoczonych przykładów ma swoje odpowiedniki w wielu językach europejskich, co pozwala nadać im rangę internacjonalizmów czy nawet globalizmów. Uwzględnione w badaniach anglicyzmy tworzą zatem swoistą „międzynarodową nomenklaturę ekologiczną”, która może zapewnić precyzyjną komunikację w obrębie różnych środowisk lingwokulturowych. Za przykład może tu posłużyć wyraz *eco-friendly*, który odnotowano także w badanej przestrzeni czasopism typu *life style* wydawanych w innych wersjach językowych m.in. w języku angielskim („Mini Rodini is paving the way for *eco-friendly* fashion for kids” (Hello! Fashion 2022, 9: 65)), włoskim („ZAINO di tessuto *eco friendly* con cordini ripstop multicolor, Utility di Mandarinina Duck (140 euro)” (Elle Italia 2022, 23: 11)), chorwackim („I dok dobrog dizajna I zanimljivih predmeta koje možete ponijeti kao suvenir ne nedostaje, za plastiku u MORE Eco souvenir shopu nema mjesta zbog čega ponosno nosi predznak plastic free i *eco-friendly*” (Elle 2022, 8: 109)) czy hiszpańskim („Incorpora a tu rutina productos ‘*eco-friendly*’ para el cuidado del cuerpo, el cabello y el rostro” (Cosmopolitan 2019, 349: 68)).

Komentarza wymaga również niezwykle ważny aspekt funkcjonalny zapożyczeń ekologicznych wyekscerpowanych z ekskluzywnych mediów typu *life style*. Ich obecność bowiem w danej przestrzeni językowej w dużej mierze determinuje wypełniane przez nie role. Bezsprzecznie jedną z podstawowych funkcji anglicyzmów jest zaspakajanie potrzeb onomazjologicznych języka (nazywanie nowych zjawisk, zachowań społecznych, koncepcji, obiektów, subiektów itd.) oraz komunikacyjnych (ułatwienie porozumiewania się w obrębie danego tematu na poziomie międzynarodowym). Można także przypuszczać, że badane jednostki jednocześnie odgrywają rolę prospołeczną – zwiększają świadomość czytelników w zakresie zagrożeń wobec otaczającego środowiska oraz możliwości przeciwdziałania skutkom degradacji natury i walki z nimi, kształtują postawy proekologiczne. Ponadto nie sposób nie wskazać też jeszcze jednej niezwykle istotnej funkcji zapożyczeń ekologicznych w badanych czasopismach. Mowa o funkcji marketingowej, która

przejawia się wówczas, gdy anglicyzmy używane są świadomie jako element strategii językowej polegającej na zwróceniu uwagi czytelnika i osiągnięciu celów komercyjnych (zachęcenie do kupna reklamowanych produktów poprzez odniesienia do różnych aspektów natury). Fakt ten dostrzega i surowo ocenia m.in. Natalia Długosz, badaczka złożeń z komponentem eko-, której zdaniem używane są one „nie tyle w celu podniesienia świadomości zagrożeń wynikających z gospodarczej działalności człowieka wobec otaczającej go przyrody, ile są wykorzystywane w celach biznesowych, takich jak promocja produktu czy usługi” (Długosz 2015: 346). Funkcja marketingowa zatem może być w danym kontekście utożsamiana z funkcją manipulacyjną (zob. Romanik 2021: 207), w gruncie rzeczy bowiem odwoływanie się do priorytetowych wartości z zamiarem skoncentrowania uwagi na promowanym produkcie jest *de facto* świadomym działaniem wywierania wpływu na czytelnika.

#### 4. Podsumowanie

Powyższe rozważania rzucają światło na językowy wymiar ekologizacji tekstów w ekskluzywnych czasopismach typu *life style*. Profil tego medium koncentruje się głównie na tematyce z branży odzieżowej, kosmetycznej, gastronomicznej, turystycznej, ekonomicznej. Niemniej w większości wymienionych dziedzin życia coraz częściej zauważa się promowanie postaw proekologicznych, mających z jednej strony wymiar etyczny, z drugiej, niestety, czysto snobistyczny czy też biznesowy. Okazuje się, że zarówno w polszczyźnie, jak i ruszczyźnie istotne miejsce w leksyce proekologicznej przypada słownictwu anglojęzycznego pochodzenia.

Popularność anglicyzmów w dyskursie ekologicznym nie dziwi, jest bowiem rezultatem powszechnej potrzeby ujednoczenia komunikacji w zakresie problemów związanych z ochroną środowiska, które dotyczą przecież całej ludzkości. Z przeglądu polsko- i rosyjskojęzycznego materiału egzemplifikacyjnego wynika, że „anglicyzmy ekologiczne” w określonej przestrzeni językowej można usytuować w kilku kategoriach pojęciowych. Semantyczna zawartość zgromadzonego materiału odzwierciedla m.in.: współczesne „modne” tendencje świadomego konsumpcjonizmu minimalizującego negatywny wpływ na naturę oraz rosnący trend etycznej produkcji towarów (odzieży, kosmetyków itd.), proekologiczny sposób życia współczesnego człowieka, zjawiska socjalne o zabarwieniu pejoratywnym pośrednio nawiązujące do problemów ochrony środowiska oraz politykę przemysłową wobec ekologii. Silna pozycja słownictwa angielskiej proweniencji w dyskursie ekologicznym odnotowywanym na łamach czasopism typu *life style*

może mieć związek z ich polifunkcyjnym charakterem, ponieważ w toku rozważań ustalono, iż „anglicyzmy ekologiczne” nie tylko zaspokajają pragmatyczne potrzeby nominacyjne, lecz także pełnią inne ważne funkcje, np. prospołeczną, marketingową i manipulacyjną.

Konkludując, analizowane źródła – polskie i rosyjskie ekskluzywne czasopisma typu *life style* – rzadko wprost wzywają do podejmowania działań na rzecz ochrony Ziemi. Nawiązanie do ekologii na ich łamach głównie ma charakter pośredni, chociaż bez wątpienia dana prasa kreuje masową świadomość ekologiczną w sposób bardziej „subtelny”. Pozostaje pokładać nadzieję, że skuteczny.

## Bibliografia

- Basinskaya, M. (2014), *Issledovaniye leksiko-semanticheskikh osobennostey ekologicheskogo diskursa v ramkakh yazykovoy ekologii*. Vestnik MGLU 20/706: 32–41 [Басинская, М. (2014), *Исследование лексико-семантических особенностей экологического дискурса в рамках языковой экологии*. Вестник МГЛУ 20/706: 32–41].
- Długosz, N. (2015), *Język jako narzędzie kształtowania postaw proekologicznych – o polskich i bułgarskich złożeniach z komponentem eko- w dyskursie publicystycznym*. Poznańskie Studia Slawistyczne 8: 333–348. DOI: 10.14746/pss.2015.8.21.
- Grzmił-Tylutki, H. (2000), *Francuski i polski dyskurs ekologiczny w perspektywie aksjologii*. Kraków: Wydawnictwo UJ.
- Ivanova, Ye. (2007), *K probleme issledovaniya ekologicheskogo diskursa*. Politicheskaya lingvistika 3/23: 134–138 [Иванова, Е. (2007), *К проблеме исследования экологического дискурса*. Политическая лингвистика 3/23: 134–138].
- Kalónova, O./Dubrovskaya, T. (2015), *K probleme opredeleniya ekologicheskogo diskursa i ego zhanrov. Aktual'nyye voprosy sovremennoy filologii i zhurnalistiki* 2/16: 6–12 [Каленова, О./Дубровская, Т. *К проблеме определения экологического дискурса и его жанров*. Актуальные вопросы современной филологии и журналистики 2/16: 6–12].
- Kasianchuk, N. (2020), *Composita w polskiej terminologii ekologicznej*. Scientific Journal of Polonia University 43/6: 47–54. DOI: <https://doi.org/10.23856/4306>.
- Krysin, L.P. (1968), *Inoyazychnyye slova v sovremennom russkom yazyke*. Moskva: Nauka [Крысин, Л.П. (1968), *Иноязычные слова в современном русском языке*. Москва: Наука].
- Kuleshova, N. (2011), *Yazyk mody v epokhu globalizatsii (ob anglo-amerikanskikh zaimstvovaniyakh v russkoy, ispanykoy i frantsuzskoy versiyakh zhurnala Vogue)*. Vestnik RUDN. Seriya Lingvistika 1: 52–61 [Кулешова, Н. (2011), *Язык моды в эпоху глобализации (об англо-американских заимствованиях в русской, испанской и французской версиях журнала Vogue)*. Вестник РУДН. Серия Лингвистика 1: 52–61].
- Luciński, K. (2009), *Yazykovyye zaimstvovaniya imental'nost'. O vliyaniy zaimstvovannykh yazykovykh sredstv na mental'nost' lingvokul'turnykh obshchnostey. Na materiale russkogo yazyka v сопоставлении s pol'skim*. Kielce: Wydawnictwo Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego Jana Kochanowskiego [Luciński, K. (2009), *Языковые заимствования и ментальность. О влиянии заимствованных языковых средств на ментальность лингвокультурных общностей. На материале русского языка в сопоставлении с польским*. Kielce: Wydawnictwo Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego Jana Kochanowskiego].

- Mańczak-Wohlfeld, E. (1995), *Tendencje rozwojowe współczesnych zapożyczeń angielskich w języku polskim*. Kraków: Universitas.
- Marinova, Ye.V. (2018), *Teoriya zaимstvovaniya v osnovnykh ponyatiyakh i terminakh. Slovar'-spravochnik*. Moskva: Flinta, Nauka [Маринова, Е.В. (2018), *Теория заимствования в основных понятиях и терминах. Словарь-справочник*. Москва: Флинта – Наука].
- Nieć, M. (2010), *Pisma opinii i czasopisma life style – dwie koncepcje rynkowego dziennikarstwa (analiza Polityki, Wprost, Elle, Playboya i Twojego Stylu)*. Zeszyty Prasoznawcze LII, 1–2/201–202: 7–29.
- Romanik, A. (2012), *Sposoby nominacji przedmiotów odzieży we współczesnym języku rosyjskim*. Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku.
- Romanik, A. (2021), *Wpływy obce w tekstach czasopism luksusowych w języku rosyjskim, polskim i hiszpańskim (na przykładzie czasopisma „Cosmopolitan”)*. Studia Wschodniostowiańskie 21: 195–211. DOI: 10.15290/sw.2021.21.13.
- Steciąg, M. (2010), *Ekooszołomy burzą domy, czyli o tabloidyzacji dyskursu ekologicznego*. Oblicza Komunikacji 3: 139–146.
- Steciąg, M. (2012), *Dyskurs ekologiczny w debacie publicznej*. Zielona Góra: Oficyna Wydawnicza UZ.
- Steciąg, M. (2021), *Ekolingwistyka w dobie antropocenu: w stronę integracji i konsilencji*. Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego 77: 59–71. DOI: 10.5604/01.3001.0015.6863.
- Sujecka-Zajac, J. (2020), *Czy jesteśmy gotowi na ekoglottodydaktykę w polskim kontekście edukacyjnym?* Czasopismo Polskiego Towarzystwa Neofilologicznego 55/1: 11–26. DOI: 10.14746/n.2020.55.1.2.