

Alina Naruszewicz-Duchlińska  
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, Olsztyn  
alina.naruszewicz@uwm.edu.pl

## „W NASZYM TIMIE...” – KILKA UWAG O SOCJOLEKCIE KORPORACYJNYM

**Słowa kluczowe:** socjolekt korporacyjny, korporacja, anglicyzmy, pseudoanglicyzmy

**Keywords:** corporate jargon, corporation, borrowings from English, pseudo-borrowings from English

Przedmiotem badań, których wyniki zawiera niniejszy tekst, była nieformalna odmiana języka realizująca funkcję profesjonalno-komunikatywną (Grabias 1994: 139), używana przez pracowników międzynarodowych korporacji mających siedzibę w Polsce i zatrudniających Polaków. Są one istotnym elementem współczesnego świata, a stosowany w nich, i jednocześnie przez nie kreowany, socjolekt zasługuje na zainteresowanie językoznawców<sup>1</sup>. Celem artykułu jest przedstawienie wyróżniających się cech tej odmiany językowej i prawdopodobnych przyczyn ich występowania. Analizowane teksty zaczerpnięto ze stron internetowych, które przedstawiają zalecenia dotyczące skutecznego komunikowania się w miejscu pracy, opisują korporacyjne realia i przeżycia pracowników, przytaczają fragmenty rozmów i listów elektronicznych oraz zawierają wyjaśnienia leksykalne, niekiedy ujęte w formę słowniczków (np. Gumowska 2013). Ze względu na to, że wykorzystano heterogeniczne materiały z różnych źródeł, niemożliwe było przeprowadzenie badań socjolingwistycznych *sensu stricto* i dokładne określenie cech badanej grupy zawodowej,

---

<sup>1</sup> Joanna Kuć (2011) i Marek Kochan (zob. Gumowska 2013) zapowiedzieli książkowe monograficzne opracowania socjolektu korporacyjnego, ale do chwili przygotowania tego tekstu nie ukazała się żadna z wspomnianych pozycji.

w związku z czym w tekście została przyjęta perspektywa lingwistyczna, uzupełniana przez socjolingwistyczną.

Materiał zebrano w drugiej połowie 2015 r. Przeanalizowano pierwsze 100 linków, które udostępniała wyszukiwarka Google po wpisaniu haseł: *język korporacji*, *język korporacyjny*, *korpożargon*, *korposlang*, *corpomowa* (łącznie 500 odnośników)<sup>2</sup>. Następnie wyróżniono elementy uznawane przez internautów bezpośrednio bądź pośrednio (przez powtórzenia na różnych stronach tych samych lub analogicznych treści) za najistotniejsze. Na ich podstawie ustalono, że podstawową cechą badanego socjolektu jest nadużywanie anglicyzmów i hybryd polsko-angielskich<sup>3</sup>. Zebrano też wyrazy uznawane przez samych użytkowników za typowe dla *korpoludzi* (G)<sup>4</sup> i część z nich wykorzystano jako egzemplifikację niniejszych rozważań.

Analizowane wypowiedzi należą do potocznej socjalnej/zawodowej odmiany języka polskiego (Skubalanka 1976: 261), której badany podtyp określa się w Internecie kilkoma różnymi terminami (w tym również zaczerpniętymi z terminologii językoznawczej określeniami *socjolekt* i *profesjolekt*). Hybrydalny charakter znacznej części neologizmów uwypukla określenie *ponglish*, używane również prześmiewczo w odniesieniu do dosłownych tłumaczeń na angielski, np. *undertowel* ‘podręcznik’, *talk without little garden* ‘mówić bez ogródek’, *something is no yes* ‘coś jest nie tak’<sup>5</sup>. Do miejsca komunikowania się, a zarazem jego głównego tematu, odnoszą się sformułowania: *korposlang*<sup>6</sup>, *język korporacyjny* (Olak 2014), *korpogadka*<sup>7</sup>. Do Orwelowskiej nowomowy nawiązują określenia: *corpospeak*<sup>8</sup>, *corpomowa* (Szczypczyk-Klimek 2015), *nowomowa korporacyjna* (Sa), *korpo nowomowa* (Olak 2014).

Użytkownicy omawianego socjolektu mają dystans wobec przyjętej konwencji komunikowania się i dają temu świadectwo w licznych internetowych wypowiedziach<sup>9</sup> o charakterze humorystycznym, np.

Korpo – miejsce gdzie czelendżujesz kejsy, fokusując się na ekszyn pointach. Uważaj, żeby kejsów nie skilować, bo Twoja przygoda może szybko się skończyć i pójdziesz

2 Niektóre adresy internetowe powtarzały się przy różnych hasłach, uznano jednak, że zgromadzony materiał językowy jest wystarczająco reprezentatywny ilościowo i jakościowo dla zarysu zagadnienia, więc nie poszerzano zakresu badań.

3 Część z nich jest używana w podstawowym znaczeniu, np. *salesman*, *target* (G), *miting* (MS). Ich stosowanie wskazuje na anglicyzację leksykalną wypowiedzi. Wspomniane przykłady mają przeciwieństwo polskie, powszechnie zrozumiałe odpowiedniki (*sprzedawca*, *cel*, *spotkanie*), więc ich używanie nie wynika z konieczności uzupełnienia braków w specjalistycznym rodzimym słownictwie.

4 Szczegółowe odnośniki internetowe i daty dostępu podaje się przy przykładach co najmniej dwuwyrazowych. Pojedyncze słowa oznaczane są skrótem określeń ich źródeł (zob.: Źródła).

5 <http://stylzycia.newsweek.pl/ponglish-najsmiesniejsze-zwroty-polacy-na-wyspach,artykuly,359267,1.html> (dostęp: 23 II 2016).

6 <http://swiatkorporacji.natemat.pl/89529,korposlang-instrukcja-obslugi> (dostęp: 22 XI 2015).

7 <http://cudzyslow.net/rzady-korporacji-o-korpo-z-przymruzeniem-okal/> (dostęp: 18 XII 2015).

8 <http://bee-line.pl/corpospeak/> (dostęp: 22 X 2015).

9 Cytaty podaje się z zachowaniem oryginalnej pisowni i interpunkcji.

na altsors. Czas w korpo płynie od brifu do dedlajnu. Przekroczony dedlajn to fapak, któremu musisz stawić czelendź. Nie martw się. Jeśli nie potrafisz tego zrobić, zostaniesz odpowiednio skończowany<sup>10</sup>.

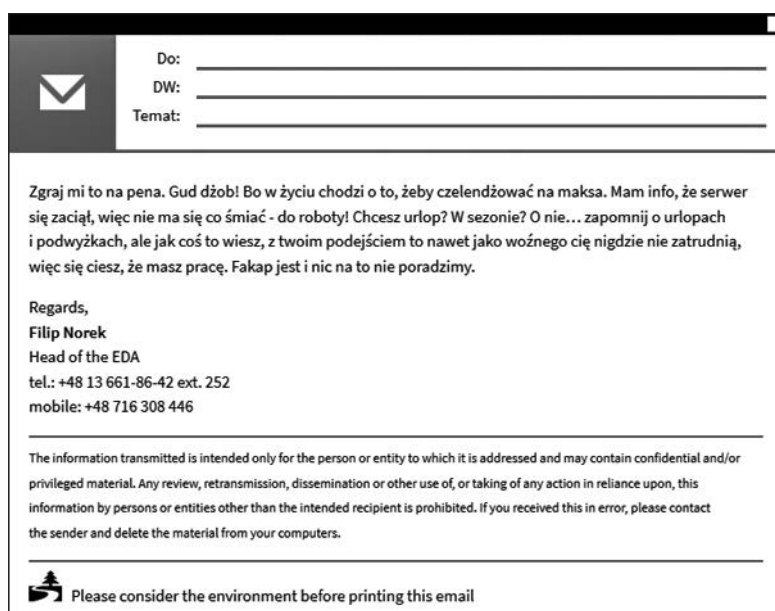
Socjolekt korporacyjny odnosi się do przedstawicieli jednej grupy społecznej, połączonej miejscem (korporacja) i ogólnym charakterem wykonywanej pracy. Dominują w nim więc elementy wspólnotowe i zawodowość łączy się tu ze środowiskowością. Obowiązują oczywiście wewnętrzne hierarchie (przełożony – podlegli mu pracownicy), ale komunikacja przebiega w sposób oficjalny tylko z osobami z zewnątrz (klientami). W relacjach wewnątrz firmy dominuje poddana anglicyzacji polszczyzna potoczna, daleka od biurokratycznego schematyzmu. To, że relacje odnoszą się często do osób z danego zespołu, znanych również z bezpośrednich kontaktów, sprawia, że wypowiedzi są nacechowane emocjonalnie (np. występują w nich zarówno ekspresywne prośby, jak i wyrażane wprost lub zakamuflowane groźby) i ściśle spersonalizowane, skierowane do konkretnego odbiorcy, najczęściej innego pracownika tej samej korporacji.

Część wykorzystywanego słownictwa jest niezrozumiała dla osób spoza kręgu korporacyjnego. Kreuje i podtrzymuje to opozycję: swoi = rozumiejący komunikaty : obcy = nierozumiejący części lub całości przekazów. Tym samym przejawia się tu tajność, związana z intencjonalnym kodowaniem informacji w taki sposób, że są one dostępne tylko członkom danej wspólnoty (Piekot 2008: 20). Pozostali, niewtajemniczeni, mogą odnieść wrażenie, że nie mają do czynienia ani z językiem polskim, ani z angielskim, lecz z tworem pośrednim. W tej hybrydzie łączy się słowa polskie i angielskie lub wykorzystuje rdzenie angielskich wyrazów, uzupełniając je polskimi morfemami. Otrzymane w ten sposób neologizmy odmienia się zgodnie z regułami polszczyzny oraz zapisuje zgodnie z polską wymową, nie zaś z oryginalną pisownią podstaw, np. *brejnstormować* (← *brainstorm*) ‘robić burzę mózgów’ (G), *ekant* ‘pracownik obsługi klienta prowadzący projekt w agencji reklamowej’ (MS), *klepnąć akcept* ‘dać zgodę na działanie/zadanie’ (MS), *sendowanie mesydz’a* ‘wysyłanie wiadomości’ (SB), *skilować kejsa* ‘zawalić sprawę’ (G), *otwarty dżob* ‘otwarty projekt rekrutacyjny’ (MS).

W różnych korporacjach, niezależnie od szczegółowego przedmiotu ich działań, używa się takich samych określeń związanych z pracą. Tym samym funkcjonują one jako wygodne szablony i ułatwiają przekazywanie najczęstszych komunikatów odnoszących się do: sprzedaży towarów czy usług, zmotywowania pracownika do osiągnięcia lepszych wyników, podziału obowiązków i dostępu do informacji, rozliczenia czasu wykonania danego zadania itp.: *brif/brief* ‘opis projektu’ (G), *draft* ‘szkic, zarys jakiegoś projektu’ (Sa), *deadline* ‘ostateczny termin oddania projektu / wykonania zadania’ (G, Sp, Sa), *forwardować* (← *forward*) ‘przekazać informację dalej’ (Sp, Sa, SB).

10 <http://cvexpert.pl/jak-przetrwac-w-korporacji-lekcja-pierwsza-korpo-slang/> (dostęp: 12 XII 2015).

Podobieństwo strukturalne i treściowe nieoficjalnych wypowiedzi pracowników korporacji na tematy zawodowe zostaje uwypuklone, a jednocześnie wyszydzone, w ludycznych generatorach: „Korpoipsum” (<http://korpoipsum.pl>) i – charakteryzującym już w nazwie strony rezultaty działania – „Generatorze bełkotu korporacyjnego Korpogadka”<sup>11</sup> (<http://www.korpogadka.pl/>). Pierwszy z nich umożliwia utworzenie wiadomości o określonej liczbie akapitów, zdań, słów i znaków, wyposażonej dodatkowo w fikcyjne, ale wyglądające przekonująco dane nadawcy oraz potencjalnie zwiększającą siłę oddziaływania tekstu opcję dodania do niego przekleństw i wulgaryzmów, określoną jako *tryb zespołu Tourette’a*. Treść generowanych automatycznie komunikatów odnosi się do realiów pracy w korporacjach, zawiera również elementy pozytywnej (*good dżob*) i negatywnej motywacji (*z twoim podejściem to nawet jako woźnego cię nigdzie nie zatrudnią*). Nadawcy pozostaje tylko uzupełnienie danych odbiorcy/odbiorców i ustalenie tematu wiadomości, np.:




Do: \_\_\_\_\_  
 DW: \_\_\_\_\_  
 Temat: \_\_\_\_\_

Zgraj mi to na pena. Gud dżob! Bo w życiu chodzi o to, żeby czelendźować na maksa. Mam info, że serwer się zaciął, więc nie ma się co śmiać - do roboty! Chcesz urlop? W sezonie? O nie... zapomnij o urlopach i podwyżkach, ale jak coś to wiesz, z twoim podejściem to nawet jako woźnego cię nigdzie nie zatrudnią, więc się ciesz, że masz pracę. Fakap jest i nic na to nie poradzimy.

Regards,  
**Filip Norek**  
 Head of the EDA  
 tel.: +48 13 661-86-42 ext. 252  
 mobile: +48 716 308 446

The information transmitted is intended only for the person or entity to which it is addressed and may contain confidential and/or privileged material. Any review, retransmission, dissemination or other use of, or taking of any action in reliance upon, this information by persons or entities other than the intended recipient is prohibited. If you received this in error, please contact the sender and delete the material from your computers.

 Please consider the environment before printing this email

Źródło: <http://korpoipsum.pl> (dostęp: 18 II 2016).

„Korpogadka” ogranicza się do wytworzenia jednego zdania, ale równocześnie podaje jego odpowiednik w oficjalnej odmianie polszczyzny oraz pozwala na utworzenie hasła motywującego w tłumaczeniu na angielski (np. *Zdecyduj się być najlepszym, Decide to be the best!*, dostęp: 22 II 2016).

<sup>11</sup> Również w tytule artykułu wykorzystano jedno ze sformułowań wygenerowanych przez Korpogadkę.

<p><b>KORPOGADKA.PL - generator bełkotu</b></p> <p>Standardowe rozmowy w korporacji-Strona dla każdego ambitnego pracownika lub menedżera.</p>
<p><b>Instrukcja:</b></p> <p>1. Kliknij przycisk 'Generuj korpobelkot'</p> <p>2. Zapoznaj się z wylosowanym zdaniem</p> <p>3. Powtórz następnego dnia w korporacji i zabłyśnij!</p>
<p><b>Generuj korpobelkot!</b></p> <p><b>Wystawiłeś ten dizajn na RFQ?</b></p> <p><i>Przedstawiłeś ten projekt do zapytania ofertowego?</i></p>
<p>4. Jeżeli czujesz się zadowolony w pracy, spróbuj generator zdań motywacyjnych:</p>
<p><b>Generuj motywacje!</b></p>
<p>Menu - dowiedz się więcej:</p> <p><a href="#">Jak wyglądać mądrze na spotkaniach ?</a>   <a href="#">Sprawdź, czy Ty też osiągasz korpusukcesy !</a></p> <p><a href="#">Kim są lemingi i słoiki</a>   <a href="#">FAQ i Cookies</a></p> <p>Pracujesz w zagranicznej korporacji mającej biuro w Polsce? Promuj poprawną polszczyznę, eliminuj bełkot korpomowy :)</p>

Źródło: <http://www.korpgadka.pl/> (dostęp: 22 II 2016).

Prymarną i najbardziej widoczną cechą socjolektu korporacyjnego jest używanie anglicyzmów<sup>12</sup> i pseudoanglicyzmów, czyli formacji pochodzących z angielskiego, ale różniących się formalnie lub semantycznie od swoich etymonów (Witalisz 2014: 1), np. *hot deski* 'sytuacja, w której pracownik nie ma przyporządkowanego miejsca pracy w biurze, tylko siada na wolnym krześle' (SB). Angielski stanowi zarówno oficjalny język korporacji, jak i bazę rodzimych odpowiedników:

[...] słownictwo badanej grupy to – z jednej strony – oficjalna, znormalizowana i skodyfikowana leksyka profesjonalna o statusie międzynarodowym (fachowe terminy anglo-amerykańskie np. z zakresu zarządzania), z drugiej zaś strony – nieoficjalne potoczne wyrazy wygenerowane na użytek tejże społeczności, które szybko się zmieniają i różnicują w sprzyjających warunkach pozajęzykowych (Kuć 2011: 367).

Częsta powtarzalność określonych sformułowań prowadzi do pewnej automatyzacji – „[d]rafty same się pchają na język i jeśli chce się mówić po polsku, to wymaga to wysiłku”<sup>13</sup>. Nagminność takiego sposobu wyśławiania w środowiskach korporacyjnych sprawia, że trudno od niego uciec, nawet jeśli jest traktowany z dystansem:

<sup>12</sup> Dla jasności wyводу pozostaję przy tym określeniu, choć zdaję sobie sprawę, że w socjolekcie korporacyjnym występują zarówno anglicyzmy, jak i amerykanizmy.

<sup>13</sup> <http://forum.mlingua.pl/archive/index.php/t-13039.html> (dostęp: 16 II 2015).

[...] nawet podczas tych słynnych „smołł tolków” niejednokrotnie narzekaliśmy na to, że najpierw nas ta korpomowa irytuje, denerwuje, wkurza wręcz, po czym po miesiącu wszyscy już mamy problemy z przypominaniem sobie jak te angielskie odpowiedniki brzmią po polsku<sup>14</sup>.

Poza tym formy pochodzenia angielskiego nie tylko pozwalają się łatwo przywołać, ale też są wygodniejsze w użyciu, między innymi ze względu na swoją syntetyczność, np. „[s]zczególnie ciężko zrezygnować z takich określeń, które łatwiej się stosuje. Bo szybciej jest powiedzieć, że było busy, niż że był duży ruch”<sup>15</sup>.

Nie wszystkie anglicyzmy mają jednoznaczne polskie odpowiedniki, np. „outsourcing – ‘wyodrębnienie’, ‘wydzielenie’, ‘wydalenie’, ‘wyźródławianie’ i wiele, wiele innych (podobnie absurdalnych) tłumaczeń nie odda tego, co zawiera się w tym jednym słówku” (Kuć 2011). Pojawia się obawa przed niefortunnością tłumaczenia: „czasem lepiej użyć jakiegoś pojęcia w języku obcym, niż bawić się w jego tłumaczenie, które może okazać się później błędne lub po prostu śmieszne” (ibid.). Niektóre krótkie angielskie sformułowania wymagają rozbudowanych polskich peryfraz. Kłopoty ze znalezieniem adekwatnego polskiego odpowiednika są nie tylko merytoryczne. Niekiedy prościej i szybciej posłużyć się znanym i powszechnie zrozumiałym określeniem angielskim, niż tłumaczyć je na polski. Tendencję do ekonomizacji komunikacji obrazują używane akronimy, np. *ASAP* ← *As Soon As Possible* ‘tak szybko, jak się da’ (G, Sp, Sa, MS), *EOD* ← *End of the Day* ‘termin realizacji zadania mija z końcem dnia’ (Sp, MS), *FTE* ← *Full Time Employee* ‘pracownik na pełny etat’ (G), *FYI* ← *For Your Information* ‘do twojej wiadomości’ (G, Sp, MS), *RFP* ← *Request For Proposal* ‘zapytanie ofertowe’ (G, MS).

Wykorzystywanie takich samych sformułowań wzmacnia poczucie wspólnoty, a jednocześnie jest przejawem istnienia zjednoczonej językowo zbiorowości: „[j]ak mówię draft, to ty wiesz o czym ja mówię [...]” (Kuć 2011). Używane słownictwo staje się jednym z istotnych elementów firmowych relacji interpersonalnych: „grupa społeczna tworzy własną odmianę języka (socjolekt) i jednocześnie socjolekt jest czynnikiem spajającym i wzmacniającym więzi grupowe” (Senderska 2011: 182). Budowanie poczucia zbiorowości i wzajemnej solidarności (w myśl założenia, że pracownicy danej instytucji mają wiele cech wspólnych i powinni współpracować dla dobra firmy) jest istotnym elementem systemu motywacji do efektywnej pracy, stosowanego zarówno w korporacjach, jak i mniejszych przedsiębiorstwach.

Socjolekty często ułatwiają współpracę przez precyzyjne sformułowanie oczekiwań, poleceń, wniosków itp. Tak jest również w korpomowie, choć warto zaznaczyć, że zawiera ona pewną liczbę sformułowań ogólnych proveniencji angielskiej,

14 <http://korpohumanistka1.blog.pl/2015/12/08/weri-interneszynl-end-profeszynl-inglisz-lengledz/> (dostęp: 15 XII 2015).

15 <http://forum.mlingua.pl/archive/index.php/t-13039.html> (dostęp: 16 VIII 2015).



np. *case* (G, Sp, Sa), niejasnych bez pozostałych elementów wypowiedzi i kontekstu pozajęzykowego, co jednak nie oznacza, że polskie odpowiedniki w każdym przypadku sprawdziłyby się lepiej. Odejście od form angielskich, podobnie jak w grze w głuchy telefon, może doprowadzić do zniekształcenia merytorycznego sensu komunikatu przy jego przekazywaniu czy tłumaczeniu, co może utrudnić lub unieвозмоwić oczekiwaną realizację celu, np.

Jeśli zamiast „case” użyję słowa przypadek, zadanie, sprawa, sytuacja, scenariusz, problem (w zależności od kontekstu) to następna osoba może już to przetłumaczyć jako task, issue, situation itd. W tym momencie tracimy informację. „Test case” może być przypadkiem testowym i scenariuszem testowym. A są systemy, w których „Test case” i „Test scenario” to dwie różne sprawy<sup>16</sup>.

Kolejną przyczyną anglicyzacji badanego socjolektu jest to, że firmy ze Stanów Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii odgrywają znaczącą rolę w światowej gospodarce, a angielski w relacjach biznesowych stosuje się powszechnie. Korporacje działają międzynarodowo. Globalizacja zaś sprawia, że kontakty z pracownikami z innych krajów nie są niczym osobliwym –

[...] bezsensowne więc wydaje się tłumaczenie angielskich zwrotów, powszechnie używanych we wszystkich oddziałach, tylko po to, by pracownicy porozumiewali się po polsku, a już w kontaktach z innymi używanie pierwotnych słów<sup>17</sup>.

(Nad)używanie nowomowy korporacyjnej może wynikać również z uznawania form angielskich za elitarne, budujące prestiż nadawcy (korporacja bywa postrzegana jako lepsze od innych miejsce pracy, próbuje się też wzbudzać taki sposób postrzegania jej przez pracowników, by wpływać pozytywnie na ich wydajność). Bywa ponadto przejawem snobizmu i deprecjacji rodzimego języka jako zbyt mało wytwornego – „[s]potkałam się już osobami, które były zdania, iż wyrazy w języku obcym brzmią lepiej niż w polskim, które są zbyt »prostackie i pospolite«”<sup>18</sup>. (Pseudo)anglicyzmy pełnią funkcję analogiczną do galicyzmów w XVII i XVIII w. Wpłatanie ich w wypowiedź podkreśla przynależność do wyższych warstw społecznych, jednak uwarunkowaną nie pochodzeniem, ale statusem zawodowym i majątkowym.

Ten swoisty snobizm dotyczy również nazw wykonywanych zawodów i zajmowanych stanowisk. W prasowych i internetowych ogłoszeniach niekiedy wymienia się je po angielsku, np. za pośrednictwem strony [www.infopraca.pl](http://www.infopraca.pl) poszukiwano osób m.in. na takie stanowiska jak *business developer* („doskonała oferta dla osób posiadających doświadczenie w pracy w międzynarodowych korporacjach na

16 <http://www.blogszaregoczlowieka.pl/korporacja-na-jezykach/> (dostęp: 18 II 2016).

17 <http://finanse.wp.pl/kat,1013819,title,Korporacyjna-nowomowa-czyli-jakim-jezykiem-poslugujemy-sie-w-pracy,wid,16497684,wiadomosc.html?ticaid=11569e> (dostęp: 16 IX 2015).

18 <http://forum.mlingua.pl/archive/index.php/t-13039.html> (dostęp: 16 VIII 2015).

szczeblu general manager lub na podobnej pozycji”<sup>19</sup>), *iOS developer*, *New Business Development Manager*, *Account Manager*, *Front-end developer*, *Web Designer*, *JavaScript developer*, *Business Development Specialist*, *Team Manager*, *Key Account Manager* oraz *Digital Added Value Jr. Manager* (dostęp: 12 II 2016).

Typowe dla pseudoanglicyzmów wykorzystanie i spolszczenie (przez zapis, dodanie końcówek fleksyjnych i formantów słowotwórczych) specjalistycznych określeń jest także przejawem ekspresji, będącej jednym z powodów tworzenia i wykorzystywania neologizmów (zob. np. Dunaj 2000: 28). Za pomocą różnych derywatów wyraża się pozytywne lub negatywne nastawienie wobec danych elementów rzeczywistości, np. złośliwe *korpodrut* (G) i pieszczotliwe *branżunia* (MS). Hybrydy bywają nacechowane ludycznie i stanowią wówczas (auto)ironiczny przejaw dystansu do umiędzynarodowienia korporacji, ich ideologii, stosowanych technik pracy i wymaganego tempa, np. *wpół do fakapa* (G). Sami *korporaci* (G) uznają *ponglish* za właściwy w miejscu pracy, ale poza nią niestosowny: „jeśli znajomi w sytuacji prywatnej mówią do siebie »szekujmy się asap, dedlajń do jutra bo tajming nas goni« to coś jest nie tak”<sup>20</sup>.

Na sarkastyczny stosunek wobec używanych określeń wskazuje ich zapis, mający oddać polską wymowę. O tym, iż jest to działanie celowe, świadczy to, że pracownicy korporacji z reguły posługują się biegle angielskim (częstym elementem rozmów kwalifikacyjnych jest sprawdzenie praktycznych umiejętności językowych) w mowie i piśmie, tym samym nie mieliby kłopotów np. z określeniem pracy zespołowej, prześmiewczo zapisywanej jako *timłork* (G) (← *teamwork*), czy kluczowych punktów projektu – *majstołnów* (G) (← *milestones*).

Badacze (Czerska 2003: 14, Rychlicka-Maraszek 2011: 164) zajmujący się komunikacją wewnątrz firm wyróżniają artefakty, czyli tworzone i świadomie wykorzystywane sztuczne twory organizacji, najbardziej widoczne, ale najmniej trwałe elementy kultury korporacyjnej. Dzieli się je na behawioralne (przyjęte schematy zachowań), fizyczne (tworzące wizualną tożsamość firmy, wygląd wnętrza i pracowników) i językowe, do których należy analizowany socjolekt, jednocześnie służący do bezpośredniej i pośredniej charakterystyki dwóch pozostałych kategorii. Badanie nieoficjalnych odmian języka jest istotne dla określania wpływu sposobu komunikowania się na dane środowisko, które jednocześnie ów sposób warunkuje – język

[z] jednej strony odzwierciedla sposób widzenia otaczającego świata przez społeczność danego miejsca, a z drugiej strony stanowi pomoc i główne narzędzie w kreowaniu tej przestrzeni (Handke 2008: 48).

19 <http://www.infopraca.pl/praca/business-developer/katowice-krakow-kielce-rzeszow/12576132> (dostęp: 12 II 2016).

20 [http://www.brief.pl/arttykul,2037,przeczytaj\\_to\\_asap\\_czyli\\_o\\_zargonie\\_slow\\_kilka.html](http://www.brief.pl/arttykul,2037,przeczytaj_to_asap_czyli_o_zargonie_slow_kilka.html) (dostęp: 5 XI 2015).



Za cechy nowoczesnych społeczeństw kapitalistycznych uznaje się między innymi (zob. np. Rychlicka-Maraszek 2011: 160) wzrost znaczenia pracy kobiet, dążenie do jak największej autonomii jednostki, prymat indywidualizmu, konsumpcjonizm. Socjolekt korporacyjny w zakresie zbadanego materiału tego nie odzwierciedla. Nie pojawiają się w nim żeńskie nazwy stanowisk, dominuje nastawienie na kolektyw, a nie indywidualizację, a więzi grupowe, tworzone między innymi przez stosowaną konwencję komunikacyjną, sprawiają wrażenie dość istotnych. Wyraźny jest konsumpcjonizm, ale przejawia się on głównie w dążeniu do sprzedaży, zarobienia pieniędzy, a nie ich wydania. W analizowanych tekstach za typowe dla socjolektu korporacyjnego uznaje się słowa wiążące się z pracą, jej wykonawcami i efektami. Korpomowa, podobnie jak pozostałe socjolekty, filtruje otaczający świat, koncentrując się na człowieku i jego mikrośrodkowisku społecznym (Grabias 2003: 141), w tym przypadku miejscu pracy oraz grupie zawodowej (współpracowników i klientów), stanowiących sferę rzeczywistości, w której funkcjonują i którą tworzą pracownicy korporacji. Ponieważ jest ona istotnym elementem współczesnego życia społecznego, warto zainteresować się również obecnym kształtem oraz ewolucją wykorzystywanego i jednocześnie przez nią kreowanego socjolektu.

## Źródła

- G: A. GUMOWSKA, 2013, *Korpomowa dla początkujących*, <http://polska.newsweek.pl/korpomowa-dla-poczatkujacych,107371,1,1.html> (dostęp: 16 VIII 2015).
- MS: *Mały słownik gwary biurowej zebrany przez serwis pracy praca.pl*, 2014, [http://www.praca.pl/centrum-prasowe/komunikaty-prasowe/ponglis-w-pracy,czyli-sownik-korpomowy\\_cp-909\\_3.html](http://www.praca.pl/centrum-prasowe/komunikaty-prasowe/ponglis-w-pracy,czyli-sownik-korpomowy_cp-909_3.html) (dostęp: 12 X 2015).
- SA: A. SACHANOWICZ, 2012, *Nowomowa korporacyjna, czyli obcy język polski (cz. I)*, <http://mediapolis.com.pl/index.php/2012/10/08/nomowa-korporacyjna-czyli-obcy-jezyk-polski-cz-1/> (dostęp: 10 X 2015).
- SB: *Slang biurowy*, 2011, <http://weblog.infopraca.pl/2011/10/slang-biurowy/> (dostęp: 24 XI 2015).
- SP: M. SPURTACZ, 2013, *Żargon korporacyjny, czyli jak nie zginać w biurowej nomenklaturze*, <http://youngpro.pl/artykuly/sposob-na-kariere/zargon-korporacyjny-czyli-jak-nie-zginac-w-biurowej-nomenklaturze> (dostęp: 5 X 2015).

## Literatura

- CZERSKA M., 2003, *Zmiana kulturowa w organizacji. Wyzwanie dla współczesnego menedżera*, Warszawa.
- DUNAJ B., 2000, *O stanie współczesnej polszczyzny*, [w]: G. Szpila (red.), *Język trzeciego tysiąclecia*, „Język a komunikacja”, t. 1, Kraków, s. 25–34.
- GRABIAS S., 1994, *Język w zachowaniach społecznych*, Lublin.

- GRABIAS S., 2003, *Kreowanie rzeczywistości w socjolektach*, [w:] J. Bartmiński, J. Szadura (red.), *Warianty języka*, Lublin, s. 133–149.
- HANDKE K., 2008, *Socjologia języka*, Warszawa.
- KUĆ J., 2011, *Nowe profesjolektalne słownictwo polskie na przykładzie języka zawodowego menedżerów i trenerów*, [w:] M. Ološtiak, M. Ivanová, D. Slančová (red.), *Vidy jazyka a jazykovedy. Venovanú životnému jubileu doc. PhDr. Miloslavy Sokolovej*, CSc., Prešov, s. 348–360.
- OLAK P., 2014, *Ponglish: urzędowy język korporacji*, <http://www.polskieradio.pl/130/2788/Artykul/1073769,Ponglish-urzedowy-jezyk-korporacji> (dostęp: 7 VII 2015).
- PIEKOT T., 2008, *Język w grupie społecznej. Wprowadzenie do badań socjolektów*, Wałbrzych.
- RYCHLICKA-MARASZEK K., 2011, *Transmisja wartości w rodzinie korporacyjnej. Przesłanki teoretyczne*, „Prace Instytutu Profilaktyki Społecznej i Resocjalizacji”, t. 18, s. 155–170.
- SENDERSKA J., 2011, *Wzbogacanie leksyki środowiskowej na przykładzie wybranych odmian socjolektalnych polszczyzny*, „Respectus Philologicus”, nr 20, s. 181–191.
- SKUBALANKA T., 1976, *Założenia analizy stylistycznej*, [w:] H. Markiewicz, J. Sławiński (red.), *Problemy metodologiczne współczesnego literaturoznawstwa*, Kraków, s. 250–273.
- SZCZYPCZYK-KLIMEK A., 2015, *Korpomowa, korpożargon, a może korpobelkot?*, <http://www.frang.pl/korpomowa-korpozargon-a-moze-korpobelkot/> (dostęp: 16 XI 2015).
- WITALISZ A., 2014, *Typy pseudoanglicyzmów (na przykładzie języka młodego pokolenia Polaków)*, „Język Polski” XCIV, s. 1–14.

### **„W naszym timie...” – several remarks on the corporate jargon Summary**

The goal of the paper is to present the various distinguishing features of corporate jargon, together with their probable causes. The sources of the material are internet websites devoted to the informal variety of language adopted by Polish divisions of international corporations. It has been established that the most distinct features of the analysed sociolect are overuse of borrowings from English and of Polish-English hybrids, and playful Polonisation of foreign expressions.