



mgr Iurii Ganushchak

**Komunikacja w firmach IT.
Leksyka profesjonalna i specjalistyczna**

Communication in IT companies. Professional and specialized lexis

Rozprawa doktorska napisana pod
kierunkiem
prof. dr hab. Tomasza Lisowskiego

Poznań - 2023

SPIS TREŚCI

1. WPROWADZENIE	5
1.1. Uzasadnienie wyboru tematu.....	5
1.2. Przedmiot, problematyka i zakres badań.....	16
1.3. Cele badań	24
1.4. Metodologia badań	25
1.5. Stan badań	35
2. KONTEKST KOMUNIKACYJNY	39
2.1. Korporacja IT – od terminu do pojęcia	39
2.1.1. Definicje terminów „korporacja” i „korporacja IT”	39
2.1.2. Konotacje pojęcia „korporacja IT”	46
A. Korporacja IT jako firma ekonomiczna o specyficznej formie działalności biznesowej.....	51
B. Korporacja IT jako miejsce pracy.....	54
C. Korporacja IT jako kreator produktu	59
2.2. Charakterystyka przebadanych firm IT i ich pracowników	64
2.3. Wpływ strukturyzacji pracy na strukturację komunikacji w organizacji	73
3. KOD KORPORACJI IT	90
3.1. Kod pracowników korporacji IT a odmiany funkcjonalne współczesnej polszczyzny	90
3.2. Kod pracowników korporacji IT z perspektywy ekolingwistyki	99
3.3. Zróżnicowanie wewnętrzne kodu pracowników korporacji IT warunkowane strukturacją procesów komunikologicznych	106
3.3.1. Komunikacja wewnętrzna pozioma i pionowa.....	106
3.3.1.1. Komunikacja oralna w firmach IT. Typy kontaktów i wykorzystywane formy przekazów.....	114
3.3.1.2. Komunikacja pisemna. Typy kontaktów i wykorzystywane formy przekazów	121
3.3.1.3. Bariery komunikacyjne.....	134

3.3.2. Komunikacja zewnętrzna pozioma i pionowa.....	145
3.3.2.1. Komunikacja oralna. Typy kontaktów i wykorzystywane formy przekazów ..	148
3.3.2.2. Komunikacja pisemna. Typy kontaktów i wykorzystywane formy przekazów	152
3.3.2.3. Komunikacja intersemiotyczna. Typy kontaktów i wykorzystywane formy przekazów	154
3.3.2.4. Bariery komunikacyjne.....	157
3.4. Zasoby leksykalne kodu korporacji IT	160
3.4.1. Kategoryzacja semantyczno-formalna leksyki profesjonalnej i specjalistycznej	160
3.4.1.1. Nazwy sprzętu oraz materialnych rozwiązań technicznych.....	164
3.4.1.2. Nazwy narzędzi informatyczno-multimedialnych.....	164
3.4.1.3. Nazwy rozwiązań organizacyjnych i logistycznych wspomagających pracę w korporacji IT	165
3.4.1.4. Czynności, działania, procesy oraz ich nazwy	166
3.4.1.5. Określenia uczestników komunikacji oraz pełnionych przez nich funkcji i stanowisk	167
3.4.1.6. Nazwy miejsc oraz przestrzeni rzeczywistych i wirtualnych.....	168
3.4.1.7. Nazwy działów strukturalnych firm IT	169
3.4.1.8. Określenia charakteryzujące i nacechowane	169
3.4.1.9. Leksyka powiązana z pandemią COVID-19	170
3.4.1.10. Wulgaryzmy	171
3.4.1.11. Inne	171
3.4.2. Analiza genetyczna leksyki profesjonalnej i specjalistycznej wykorzystywanej przez pracowników korporacji IT.....	172
3.4.2.1. Leksyka notowana w słownikach języka polskiego adaptowana przez pracowników korporacji IT	172
3.4.2.2. Słownictwo obce nienotowane w słownikach ogólnych języka polskiego obecne w kodzie pracowników korporacji IT.....	178
A. Spolszczenia graficzne//ortograficzne	179

B. Modyfikacje morfologiczne.....	179
3.4.2.3. Słownictwo angielskie przejęte przez użytkowników kodu IT bez zmian formalnych i semantycznych.....	182
3.4.2.4. Skrótwce (akronimy) i skróty.....	183
A. Polskie akronimy i skróty	183
B. Angielskie akronimy i skróty.....	184
4. WYNIKI BADAŃ W PERSPEKTYWIE EKOLINGWISTYCZNEJ.....	186
4.1. Opis jakościowy wyników badań.....	186
4.2. Opis ilościowy wyników badań.....	201
4.3. Ewolucja leksyki kodu wspólnotowego pracowników firm IT.....	204
5. ZAKOŃCZENIE	206
6. SŁOWNIK.....	209
6.1. Założenia pragmatyczne słownika.....	209
6.1.1. Zasób leksykalny	209
6.1.2. Budowa artykułu hasłowego	210
6.1.3. Rozwiązanie skrótów stosowanych w słowniku	212
6.2. Artykuły hasłowe.....	214
6.3. Skrótwce (akronimy) i skróty	346
BIBLIOGRAFIA	364
Słowniki i kompendia.....	364
Źródła administracyjne.....	365
Monografie i artykuły.....	366
Źródła internetowe	381

1. WPROWADZENIE

1.1. Uzasadnienie wyboru tematu

Na przełomie wieków XX i XXI w zakresie komunikacji interpersonalnej dokonała się rewolucja, której początki obserwowano już w połowie minionego stulecia¹. Rozwój technologii wygenerował nową rzeczywistość społeczną oraz zmodyfikował dotychczasowe systemy aksjologiczne. Wraz z rozwojem technologii, wspomagających komunikację międzyludzką, rosło zainteresowanie naukowców tym procesem. Przedmiotem badań, prowadzonych z różnych perspektyw poznawczych: kulturoznawczej, socjolingwistycznej, komunikologicznej, psycholingwistycznej, stał się dynamicznie rozwijający się determinizm technologiczny. Zgodnie z jego założeniami postęp techniczny, szczególnie rozwój mediów i technologii informacyjnych był i jest siłą napędową zmian w historii i stosunkach społecznych². Twórcami i zwolennikami, obowiązującego obecnie terminu „determinizm technologiczny”, są: Daniel Bell³, Langdon Winner⁴, Thorstein Veblen⁵ i inni⁶.

Determinizm technologiczny głównie opiera się na dwóch założeniach, które głoszą, że techniczna infrastruktura społeczeństwa determinuje jego życie społeczne oraz że zmiany technologiczne są najważniejszym źródłem przemian społecznych. Dla determinizmu technologicznego charakterystyczne jest to, że odpowiednie rozwiązania techniczne mogą także rozwiązać problemy społeczne, czyli że problemy społeczne można opisać językiem techniki.

Założenia teorii, dotyczącej relacji między technologią komunikacyjną a rozwojem gospodarczym społeczeństwa, opracował kanadyjski profesor ekonomii politycznej Harold

¹ H. J. Leavitt, T. L. Whisler, *Management in the 1980's*, <https://hbr.org/1958/11/management-in-the-1980s> [dostęp 11.09.2020].

² D. Bell, *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*, New York 1973, s. 47-121.

³ D. Bell, *The Coming of Post-Industrial Society...*, s. 47-121.

⁴ L. Winner, *Autonomous Technology: Techniques-out-of-Control as a Theme in Political Thought*, Cambridge 1977.

⁵ T. Veblen, *The Engineers and the Price Systems*, Kitchener 2001, s. 43-44.

⁶ M. Kranzberg, *Technology and Culture: An Anthology*, New York 1972; N. Postman, *Neil Postman on Cyberspace*, <https://www.youtube.com/watch?v=49rcVQ1vFAY> [dostęp 10.02.2023].

Innis⁷; jego badania potwierdziły tezę, że sposoby komunikowania wpływają na rozwój cywilizacyjny społeczeństw.

Inny znany kanadyjski teoretyk komunikacji – Marshall McLuhan rozwinął tę teorię i stał się jej głównym ambasadorem. Potwierdził on, że jedną z najistotniejszych przyczyn zmian we wszystkich obszarach życia społecznego jest rozwój komunikacji medialnej, powiązał determinizm technologiczny z ewolucjonizmem kulturowym. Dostrzegł on, że technika ma zasadniczy wpływ na kształtowanie się współczesnego społeczeństwa. Zauważył, że:

rewolucyjne wynalazki technologii komunikowania się – pismo fonetyczne, druk i telegraf – radykalnie zmieniły nasz sposób przetwarzania doświadczeń zmysłowych, środek przekazu stał się formą komunikatu. Obecnie żyjemy we wczesnym okresie ery elektronicznej – w przełomowym momencie historii ludzkości⁸.

Badaczka Switłana Zakirowa, interpretując koncepcję teoretyczną H. Innisa, zauważyła, że „zmiany w typie komunikacji prowadzą, do zmian w kulturze”⁹, co potwierdza wpływ technologii na całą sferę życia społecznego, w tym na kulturę.

Słynne stwierdzenie M. McLuhana: „The medium is the message”¹⁰ znalazło swoje potwierdzenie we współczesnej komunikacji elektronicznej. Nowe technologie zmieniają sposób posługiwania się zmysłami, stają się „przedłużeniem” nas samych, modyfikują nasze poznanie, emocje, potrzeby. Wbrew pozorom jest to spostrzeżenie zgodne z koncepcją ekonomiczną Karola Marksa, który twierdził, że zmiany w obrębie produkcji implikują zmiany historyczne. Podkreślał on negatywną stronę postępu technicznego w gospodarce kapitalistycznej, wskazując utratę indywidualnego charakteru pracy robotnika, który stał się jedynie dodatkiem do udoskonalonych maszyn¹¹. O wpływie technologii informacyjnych na relacje interpersonalne pisał D. Bell, który uważał, że jest ona przyjazna wobec człowieka i może rozwiązywać wszelkie problemy społeczne, jest

⁷ H. A. Innis, *The bias of communications and monopolies of power*, <https://www.media-studies.ca/articles/innis.htm> [dostęp 10.09.2018].

⁸ E. Griffin, *Podstawy komunikacji społecznej*, tłum. O. Kubińska, M. Kacmajor, W. Kubiński, Gdańsk 2003, s. 548.

⁹ S. Zakirowa, *Technologiczny determinizm, zasobów, masowości, komunikacji u czasu i przestrzeni (za teoretyczną koncepcją Harolda Innisa)*, [С. Закірова, *Технологічний детермінізм засобів масової комунікації у часі і просторі (за теоретичною концепцією Харольда Інніса)*], http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3507 [dostęp 01.01.2021].

¹⁰ M. McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, London-New-York 1964, s. 7; z ang. „Środek przekazu jest przekazem” [tłumaczenie własne].

¹¹ K. Marks, *Capital. A Critique of Political Economy*, New York 1906, s. 431-440.

neutralna i autonomiczna. Ta odmienna perspektywa idealizowała rozwój technologii, była też, tak jak u poprzednika, zideologizowana¹². Była to także opinia rzadko spotykana wśród pozostałych badaczy. Największymi krytykami teorii D. Bella o neutralności technologii byli Martin Heidegger¹³ i Jacques Ellul¹⁴. Zgodnie z ich wizją w społeczeństwie postindustrialnym prawa kapitalizmu zostają pozornie zawieszane, a kapitał jest uznawany za czynnik mniejszej wagi niż wiedza. Stają się istotne kwestie społeczne i polityczne, np. kto ma prawo głosu, autorytet, wiedzę lub trzyma w rękach władzę, ten ma bezpośredni lub pośredni wpływ na technologię¹⁵.

Przywołane wyżej spostrzeżenia i teorie znajdują potwierdzenie w sposobie funkcjonowania korporacji/firm IT. Trudno jednak przyjąć za słuszną tylko jedną z omawianych tez, badania prowadzone na potrzeby poniższej dysertacji dowiodły, że wiedza i umiejętności mają o wiele większy wpływ na wykorzystanie i rozwój technologii niż kapitał, który jest istotnym, ale dopełniającym elementem, gdyż bez niego technologia nie może się konkurencyjnie i szybko rozwijać.

Determinizm technologiczny w erze postmediów, czyli w erze, w której dominują rozwiązania technologiczne, wykraczające poza świat tradycyjnych form medialnych, dotyczy wszystkich stref życia społecznego. Współczesne technologie wygenerowały równoległy świat, który najpierw powstawał na wzór świata realnego, by ostatecznie stać się jego modyfikatorem. W świecie realnym normą są bezpośrednie interakcje społeczne, media pełnią funkcję informacyjną, a technologie – komunikacyjną. Świat wirtualny jest jednakowo ważny, chociaż jest inną rzeczywistością, w której komunikacja interpersonalna odbywa się częściej pośrednio, za pomocą urządzeń elektronicznych. Dla całego pokolenia, na przykład dla tzw. generacji Z, świat wirtualny i realny jest tą samą rzeczywistością¹⁶. Obecnie technologia informacyjna wspomaga pracę lekarzy, nauczycieli, służb porządkowych i innych, tworzy kulturę, kształtuje gospodarkę, wpływa na poczucie bezpieczeństwa. Dziś cyberprzestrzeń stała się poligonem, na którym toczą swoje wojny jednostki, wspólnoty, cywilizacje. Internet determinuje nasze życie, sprawuje także nad nim kontrolę. Procesy te wzmocniły się i przyspieszyły podczas światowej

¹² D. Bell, *The Coming of Post-Industrial Society...*, s. 47-121.

¹³ M. Heidegger, *The Question Concerning Technology and Other Essays*, New York 1977.

¹⁴ J. Ellul, *The Technological System*, New York 1980.

¹⁵ Z. Dobrowolski, *Koncepcja społeczeństwa informacyjnego Daniela Bella*, [w:] *Od informacji naukowej do technologii społeczeństwa informacyjnego*, red. B. Sosińska-Kalata, M. Przystek-Samokowa, Warszawa 2005, s. 94-115.

¹⁶ M. Gruchoła, *Nowe formy zachowań społecznych wobec i pod wpływem mediów oraz nowych technologii. Analizy porównawcze*, „Państwo i Społeczeństwo” 2017, nr 3, s. 132.

pandemii koronawirusa COVID-19, która w Polsce zaczęła się na początku marca 2020 r. Pandemia pokazała, jak potężnym narzędziem jest Internet oraz jak przydatna jest przestrzeń wirtualna. W okresie kryzysu sanitarnego cyberprzestrzeń umożliwiła nawiązywanie kontaktów międzyludzkich, zbudowanie nieco odmiennych relacji interpersonalnych, pozwoliła na pracę zdalną, naukę, uratowała fundamenty życia społecznego. Mimo świadomości wszystkich zagrożeń, generowanych przez cyberprzestrzeń, powinno się dostrzec, że czas pandemii zweryfikował wiele negatywnych sądów związanych z oddziaływaniem społecznym, ekonomicznym i kulturowym Internetu.

Tezę, że Internet jest znaczącym narzędziem wpływu, potwierdzają liczne przykłady. Gdy znany amerykański przedsiębiorca Elon Musk opublikował 13 maja 2021 r. w sieci społecznościowej Twitter wiadomość, że wytwarzanie bitcoina jest nieekologiczne¹⁷, cena kryptowaluty bitcoin spadła o 20% w ciągu doby, co równa się 11000 \$. Ten przypadek pokazuje, jak wymierne skutki ekonomiczne może wywołać jedno zdanie ograniczone do 280 znaków. Kolejnym przykładem wpływu sieci społecznościowych na rynki ekonomiczne było obniżenie o 10% ceny akcji korporacji Twitter po zablokowaniu konta prezydenta USA Donalda Trumpa w styczniu 2021 r. w danej sieci społecznościowej. Straty wyniosły 4,6 mld dolarów¹⁸.

Nowoczesna branża ekonomiczno-produkcyjna o nazwie technologie informacyjne (ang. *Information Technology*) – IT powstała na przełomie wieków. Była odpowiedzią na aktywny rozwój świata i wynikające z niego oczekiwania. Zaspokajała je, tworząc nowe produkty i rozwiązania, które podtrzymałyby dynamikę światowego rozwoju i jego modernizacji. Powstające w garażach i prywatnych domach małe przedsiębiorstwa, tak zwane startupy, powoli przekształcały się w ogromne międzynarodowe korporacje¹⁹. Pierwsze produkty, które miały służyć w ograniczonym zakresie celowemu odbiorcy, zmieniały się w stale modernizowane, poszerzające swoją funkcjonalność produkty ogólnościowe, np. Facebook²⁰, Instagram²¹, Google²². W ten sposób powstała globalna,

¹⁷ *When Elon Musk tweets, crypto prices move*, <https://www.vox.com/recode/2021/5/18/22441831/elon-musk-bitcoin-dogecoin-crypto-prices-tesla> [dostęp 20.05.2021].

¹⁸ *Jeden z największych spadków Twittera w historii. Rynek źle ocenia blokadę Donalda Trumpa*, <https://businessinsider.com.pl/gielda/wiadomosci/blokada-donald-trump-twitter-notuje-jeden-z-najwiekszych-spadkow-w-historii/2216tmv> [dostęp 20.05.2021].

¹⁹ Przykładami firm, które powstawały jak startupy garażowe, są Amazon, Hewlett-Packard, Google.

²⁰ Facebook powstał na Uniwersytecie Harvarda w 2004 r. jako platforma internetowa umożliwiająca studentom komunikację ze sobą i dzielenie się informacjami, założona przez Marka Zuckerberga wraz z kolegami ze studiów.

²¹ Instagram został założony w 2010 r. jako serwis umożliwiający publikację zdjęć i filmów przez Kevina Systroma i Mike'a Kriegera. Wkrótce Instagram zyskał popularność i stał się samodzielną platformą

nowoczesna, bardzo dochodowa dziedzina gospodarki, mająca ogromny wpływ na rozwój wszelkich sfer życia współczesnego społeczeństwa. Tym, co ją wyróżnia, są jej zasoby: maszyny i ludzie – czyli z jednej strony park technologiczny, który musi wyprzedzać potrzeby rynku, z drugiej strony – intelekt członków grupy, ich umiejętności, kompetencje i wiedza. Wydaje się, że jest to typowe dla każdego zakładu pracy, jednak w tej dziedzinie o sukcesie firmy decyduje głównie kreatywność jej pracowników. Maszyny nie potrafią same zapewnić innowacyjnego myślenia, niebanalnego postrzegania potrzeb i możliwości, których oczekuje się od zatrudnianych osób. Praca intelektualna na takim poziomie wymaga specyficznego porządku, dlatego organizacja przestrzeni, przepływu informacji, zarządzanie zasobami ludzkimi, motywowanie do pracy bardzo się różnią od tradycyjnych rozwiązań w przedsiębiorstwach i korporacjach innych branż.

Dynamiczny rozwój korporacji światowych, firm, zajmujących się wytwarzaniem produktów informacyjnych, sprawił, że ich wynalazki techniczne coraz szybciej starzeją się, w ich miejsce wchodzi nowe, a to wymusza na branży poszerzanie oferty i rynków zbytu. Powstaje w ten sposób „globalna wioska” (ang. *global village*), którą, według M. McLuhana, cechuje „nowy plemienny porządek świata, w którym wszyscy mogą się kontaktować ze wszystkimi, dzięki błyskawicznym elektronicznym środkom komunikacji, a zamknięte systemy społeczne przestają istnieć”²³. „Information Technology” – jest to zjawisko mimo wszystko nowe, które trudno zdefiniować. Dla podjętych w tej pracy celów badawczych przyjęto, że najbardziej adekwatna jest definicja zamieszczona w Raporcie UNESCO *Information and communication technology in education. A curriculum for schools and programme of teacher development* z 1994 roku: „Information and communication technology, or ICT, is defined as the combination of informatics technology with other, related technologies, specifically communication technology”²⁴.

społecznościową, umożliwiającą nie tylko publikację zdjęć, ale także filmów i nagrań. W 2012 r. Instagram został kupiony przez Facebooka za około miliard dolarów.

²² Google powstał w 1998 r. jako projekt badawczy dwóch studentów Uniwersytetu Stanforda – Larry'ego Page'a i Sergeya Brina, którzy stworzyli algorytm wyszukiwania uwzględniający popularność stron internetowych. Algorytm ten okazał się skuteczny i stał się podstawą dla nowej wyszukiwarki internetowej, która z czasem zdominowała rynek. Dziś Google jest jednym z największych i najważniejszych przedsiębiorstw na świecie, oferującym szereg usług, takich jak wyszukiwanie, mapy, poczta elektroniczna czy chmura obliczeniowa.

²³ E. Griffin, *Podstawy komunikacji społecznej...*, s. 536.

²⁴ *Information and communication technology in education. A curriculum for schools and programme of teacher development*, UNESCO 2002, s. 13.

Z ang. „Technologia informacyjna i komunikacyjna albo IKT jest definiowana jako połączenie technologii informatycznych z innymi powiązаныmi technologiami, w szczególności technologią komunikacyjną” [tłumaczenie własne].

Firmy lub korporacje, których kod językowy będzie przedmiotem niniejszych badań, działają głównie na rzecz podniesienia poziomu życia społeczeństwa informacyjnego, które korzysta z e-administracji (podpis elektroniczny, dostęp do informacji publicznej), e-zdrowia (telemedycyna, bioinformatyka), e-kultury (gazety internetowe, blogi, transmisje online), e-nauki (biblioteki cyfrowe), e-biznesu (sklepy internetowe, bankowość internetowa), e-learningu (zdalne nauczanie, kursy, szkolenia) itp. Społeczeństwo informacyjne wyróżnia się tym, że kontakt za pośrednictwem cyfrowych kanałów komunikacji jest w nim łatwiejszy od kontaktu osobistego, a głównym towarem jest informacja²⁵.

Pracownicy korporacji IT przez lata, poprzez kontakty globalne oraz z powodu specyfiki zadań, wytworzyli własny kod językowy, którego indywidualność jest przedmiotem zawartych w poniższej dysertacji analiz. Terminu „kod językowy” używany jest w pracy zgodnie z definicją wskazaną w opracowaniach Elizy Grzelak²⁶, sformułowaną na podstawie teorii kodów Basila Bernsteina²⁷. We wskazanych badaniach kod językowy jest traktowany przede wszystkim jako system znaków językowych oraz jako forma realizacji języka, czyli odmiana językowa. Z tego wynika, że z jednej strony kod językowy może być złożoną i zróżnicowaną formą języka, z drugiej jego odmianą, np. dialektem, socjolektem, slangiem czy żargonem²⁸. Używanie danego terminu w badaniu jako określenia odmiany języka, która dynamicznie rozwija się w środowisku IT, jest jak najbardziej uzasadnione. Język wspólnoty IT we współczesnych badaniach lingwistycznych jest postrzegany różnie, między innymi jako: socjolekt, żargon, nowomowa itd.; konotacje tych określeń przyjmują kontekstowo nacechowanie pozytywne lub negatywne. Badacz Ronald Wardhaugh uzasadnia neutralność terminu „kod językowy”

²⁵ Według D. Bella, koncepcja społeczeństwa informacyjnego jest w pewnym sensie ideologią, popularyzacją, której została oparta nie na masowym ruchu społecznym, a na propagandzie w mediach. Jest ona skuteczna, ponieważ społeczeństwo informacyjne przedstawiono jako kolejną fazę rozwoju społeczeństwa dobrobytu. Jest koncepcją szybkiego wzrostu opartego na rozwoju nauki i technologii informacyjnej. D. Bell głosił triumf nauki, komputeryzacji i racjonalnego zarządzania, czym zapowiadał, że będą miały decydujący wpływ na powstanie nowego postindustrialnego świata, zob. D. Bell, *The Coming of Post-Industrial Society...*, s. 47-121.

²⁶ E. Grzelak, *Zróżnicowanie wewnętrzne języka etnicznego a uniwersalne koncepcje kodów wspólnotowych: od lingwistyki do semiotyki*, „Studia Europaea Gnesnensia”, t. 9, 2014, s. 43-55.

²⁷ B. Bernstein, *Socjolingwistyka a społeczne problemy kształcenia*, [w:] *Język i społeczeństwo*, red. M. Głowiński, Warszawa 1980, s. 90.

²⁸ R. Wardhaugh, *An introduction to sociolinguistics...*, s. 88.

w następujący sposób: „The term is useful because it is neutral. Terms like dialect, language, style, standard language, pidgin, and creole are inclined to arouse emotions”²⁹.

Badanie wyraźnie zdefiniowanej odmiany językowej, obsługującej konkretną wspólnotę komunikacyjną (mowa o wspólnocie IT) wymusiło spojrzenie na ten kod językowy z perspektywy interdyscyplinarnej. Jest to zgodne z założeniem, że, „język przede wszystkim opisuje świat, w którym żyją użytkownicy języka, czyli jest zwierciadłem ich kultury”³⁰. Oznacza to, że kod językowy konkretnej wspólnoty komunikacyjnej, wychodząc poza granice samej lingwistyki, kształtując relacje wewnątrzwspólnotowe i tworząc zmodyfikowane wspólnotowe systemy semiotyczne, staje się kodem wspólnotowym, co potwierdza także teoria Sapira-Whorfa³¹. Jest on ściśle umocowany w społecznym i kulturowym kontekście komunikacyjnym³².

Kilkuletnie obserwacje uczestniczące, prowadzone w firmach IT, pozwoliły dostrzec, że tym, co wyróżnia ich pracowników, jest ich specyficzny wspólnotowy kod, obsługujący komunikację wewnętrzną, niezrozumiały dla osób z zewnątrz. Język ten jest elementem tożsamościowym obywateli tego zamkniętego, izolowanego świata. Jest to kod stale ewoluujący, o kierunkach i dynamice jego rozwoju decyduje kilka czynników:

- globalizacja kontaktów w ramach branży IT;
- stały rozwój technologii;
- zmiana potrzeb i oczekiwań klientów.

Skutkiem tych procesów jest postępująca internacjonalizacja kodu wspólnotowego, szczególnie silne są wpływy języka angielskiego³³. Te globalne procesy mają ogromny wpływ na kod językowy, którym posługują się pracownicy firm IT. Szczególną uwagę zwracają jego specyficzne zasoby leksykalne, zdominowane przez zapożyczenia z języka angielskiego, modyfikowane lub spolszczane w procesie adaptacyjnym, także słowa pochodzące z języka ogólnego, które zyskały nowe, specjalistyczne, wspólnotowe znaczenie. Jest to ta warstwa leksykalna, która tworzy kod zrozumiały wyłącznie dla członków wspólnoty. Kod ten jest tak rozbudowany i utrwalony, że można już dostrzec,

²⁹ R. Wardhaugh, *An introduction to sociolinguistics...*, s. 88; z ang. „Termin jest użyteczny, ponieważ jest neutralny. Określenia takie jak dialekt, język, styl, język standardowy, pidgin i kreolski mają skłonność do wzbudzania emocji” [tłumaczenie własne].

³⁰ E. Grzelak, *Zróżnicowanie wewnętrzne języka etnicznego...*, s. 48.

³¹ E. Sapir, *The Status of Linguistics as a Science*, [w:] D. Mandelbaum, *Selected Writings of Eduardo Sapir in Language, Culture and Personality*, Berkeley-Los Angeles 1951, s. 160-166.

³² A. Schaff, *Język a poznanie*, Warszawa 1967, s. 103.

³³ I. Bajerowa, *Język ogólnopolski XX wieku*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin 2001, s. 45.

jeszcze nieśmiałe, ale konsekwentnie postępujące procesy jego wewnętrznego różnicowania funkcjonalnego, w niewielkim stopniu dotyczą one stylu wypowiedzi, w większym zakresie zasobów leksykalnych. Teksty, obsługujące analizowany dyskurs³⁴, są wyraźnie zdefiniowane strukturalnie, ich użyteczność jest istotniejsza od formy, pragmatyczność tego typu komunikacji decyduje o dostosowywaniu jej do typu działania, inne słownictwo obsługuje kontakty marketingowe, inne zarządzanie, jeszcze inne kontakty zewnętrzne.

Obserwując opisane wyżej zjawiska lingwistyczne, można zadać sobie pytania:

- czy usprawiedliwione jest zastępowanie istniejących polskich słów angielskimi;
- jakie mechanizmy rządzą tym procesem;
- czy z perspektywy pragmatyki uzasadnione jest tworzenie niektórych nowych terminów.

Warto także sprawdzić, czy procesy te wzbogacają kod wspólnotowy, czynią go adekwatniejszym, czy może wyłącznie zaśmiecają język polski. W preambule *Ustawy o języku polskim* zaznaczono, że „język jest podstawowym elementem tożsamości narodowej i dobrem narodowej kultury, z tego powodu jest konieczna jego ochrona w procesie globalizacji”³⁵. Oznacza to, że język powinien być czysty genetycznie i klarowny, jednak trudno zatrzymać proces interferencji językowych, bowiem utrudnia to progres technologiczny i społeczny. Wszystkie nowe rozwiązania technologiczne otrzymują nazwy angielskie, realizowane globalnie zadania także opisane są międzynarodowymi znakami, niektóre z nich są czasem spolszczane, jednak nie zawsze zgodnie z obowiązującą normą językową.

Odpowiedzi na pytania o efektywność i pragmatyczność tego procesu można odnaleźć, analizując różne koncepcje i teorie, opisujące lingwistyczne procesy globalizacyjne, zawarte w pracach Bogdana Walczaka³⁶, Barbary Stelingowskiej³⁷ i innych. Jedną z koncepcji istotnych dla niniejszych badań jest ekolingwistyka, gdyż

³⁴ Pojęcie dyskursu jest rozumiane jako zorganizowany sposób wypowiadania się na określony temat, który kształtuje znaczenie i wartości w społeczeństwie oraz wpływa na interakcje międzyludzkie, kulturowe i polityczne. Do najważniejszych badaczy dyskursu należą m.in. Michel Foucault, Erving Goffman, Judith Butler, Teun A. van Dijk, Norman Fairclough, Jürgen Habermas, Edward Said czy Noam Chomsky.

³⁵ Zob. Ustawa z dnia 7 października 1999 r. o języku polskim (Dz. U. 1999 Nr 90 poz. 999); zob. *Ochrona języków naturalnych*, „Scripta Neophilologica Posnaniensia”, red. S. Puppel, t. 1, 2007, s. 221.

³⁶ B. Walczak, *Globalizacja językowa – przejawy i prognozy*, [w:] *Globalizacja a przemiany języków słowiańskich*, red. H. Kurek, M. Święcicka, M. Peplińska, Bydgoszcz 2016.

³⁷ B. Stelingowska, *Globalizacja językowo-kulturowa*, [w:] *Literatura i globalizacja*, Siedlce 2017, s. 27-38.

poruszone w dysertacji zagadnienia są przedmiotem zainteresowania szeroko rozumianej ekolingwistyki, czyli nauki badającej procesy interferencyjne, zachodzące wśród języków etnicznych, ich konsekwencje, stopień trwałości języków, a także tożsamość językową.

Wśród obserwatorów lingwistycznych procesów globalizacyjnych pojawiają się także pytania o zanikanie języków (ang. *language death/language loss*), procesy ich odradzania oraz wypierania. Dla analiz przedstawionych w tej dysertacji szczególnie istotny jest ten ostatni proces. Ma on miejsce, „gdy jedne języki wypierane są przez inne w miarę, jak użytkownicy języków mniejszościowych zaczynają się posługiwać językami dominującymi, kojarzonymi z prestiżem lub bogactwem”³⁸ czy innymi przywilejami. Zjawisko to może dotyczyć nie tylko całego języka etnicznego, także języka jednej konkretnej wspólnoty, w tym przypadku wspólnoty komunikacyjnej. Termin „wspólnota komunikacyjna”, wykorzystywany w poniższej pracy, jest zgodny z propozycjami zawartymi w opracowaniach Beaty Sierockiej³⁹, Magdaleny Budziszewskiej⁴⁰, Emanuela Kulczyckiego⁴¹, którzy uważają, że wspólnota komunikacyjna jest relacją tworzoną pomiędzy użytkownikami języka na podstawie wspólnych, powielanych wzorców narracyjnych⁴². W Polsce i w przestrzeni międzynarodowej podjęto wiele działań zmierzających do ochrony języków w ich stanie naturalnym, pozostaje jednak otwarte pytanie, czy można zatrzymać mocno już zaawansowane procesy interferencyjne i czy przysłuży się to efektywności komunikacji interpersonalnej w badanej wspólnocie.

Adam Jankiewicz, odwołując się do klasycznego schematu Romana Jakobsona, definiuje komunikację jako proces, do zaistnienia którego koniecznymi składnikami są: nadawca i odbiorca komunikatu, komunikat (treść), kanał komunikacyjny, zawierający środek komunikacji, oraz wspólny kod językowy zrozumiały dla uczestników⁴³. Ten ostatni aspekt stał się najistotniejszy w komunikacji korporacyjnej. W korporacjach IT

³⁸ S. Matthews, M. Polinsky, *Śmierć i odradzanie się języków*, „Zakorzenie” 1999, nr 4 (6), <http://zakorzenie.most.org.pl/za6/index.htm> [dostęp 02.06.2018].

³⁹ *Wspólnota komunikacyjna w teorii i praktyce, seria Via communicandi III*, red. B. Sierocka, Wrocław 2008; B. Sierocka, *Szkice z teorii racjonalności komunikacyjnej. Ujęcie transcendentualno-pragmatyczne*, Wrocław 2018.

⁴⁰ M. Budziszewska, *O wspólnocie komunikacyjnej i narracyjnym trybie ujmowania doświadczenia w rozumieniu Paula Ricoeura*, [w:] *Wspólnota komunikacyjna w teorii i praktyce, Via Communicandi*, red. B. Sierocka, Wrocław 2007.

⁴¹ E. Kulczycki, *Dwa aspekty komunikacji. Założenia komunikologii historycznej*, Poznań 2015.

⁴² Termin „wspólnota komunikacyjna”, związany z procesem komunikacyjnym, używany jest w rozumieniu definicji opracowanych przez B. Sierocką, M. Budziszewską, S. Grabiasa. Tworząc wspólnotę komunikacyjną, uczestnicy procesu komunikacji będą użytkownikami języka (niekiedy wielu języków), jej członkowie odczuwają potrzebę wymiany informacji i tę potrzebę z sukcesem realizują.

⁴³ A. Jankiewicz, *Cechy charakterystyczne komunikacji politycznej*, „Scripta Neophilologica Posnaniensia”, t. 4, *Transkomunikacja II*, Poznań 2012, s. 28.

komunikacja językowa to specyficzny wspólnotowy proces kreowania unikatowych znaczeń⁴⁴, wywołujący określone skutki i rodzaje sprzężeń zwrotnych⁴⁵. Dominującej komunikacji medialnej towarzyszy szereg zakłóceń (zasięg, łączność, przerwanie/zerwanie połączenia, brak prądu/rozładowanie baterii)⁴⁶, które modyfikują jej przebieg. Mając na uwadze szумы determinowane technologicznie oraz szумы/bariery determinowane kulturowo (internacjonalizacja), warto przyjrzeć się także zasadom grzecznościowym regulującym ten zakres relacji interpersonalnych oraz obowiązującej w tej wspólnocie konwencji komunikacyjnej.

Pamiętając, że „język musi być świadomie różnicowany, wzbogacany, dostosowywany do potrzeb kultury, którą wyraża oraz w rozwoju, której uczestniczy”⁴⁷, można zaakceptować fakt, że pod wpływem szybkiego rozwoju technologii informacyjnych język nieustannie się dostosowuje do potrzeb cyberkultury. Filolodzy w tym kontekście zwracają uwagę na wiele tendencji, przede wszystkim wulgaryzację języka, która od lat jest analizowana przez językoznawców, takich jak: Walery Pisarek⁴⁸, Jerzy Bralczyk⁴⁹, Dorota Pankowska i Anna Bieganowska-Skóra⁵⁰ czy medioznawcę Krzysztofa Maćkowiaka⁵¹. Kolejne tendencje to:

- ograniczenia w zakresie leksyki, omówione przez Andrzeja Markowskiego⁵²;
- uproszczenia składniowe, wskazane na podstawie badań B. Walczaka⁵³, A. Markowskiego⁵⁴, Ewy Kołodziejek⁵⁵;
- wzrost agresji leksykalnej, zasygnalizowany przez Małgorzatę Karwatowską⁵⁶;
- brak etykiety językowej, potwierdzony przez Małgorzatę Marcjanik⁵⁷.

⁴⁴ E. Griffin, *Podstawy komunikacji społecznej...* s. 537.

⁴⁵ W. Głogowski, *Komunikowanie interpersonalne*, Warszawa 2001, s. 5.

⁴⁶ D. Ochotna, *Struktura komunikatów SMS-owych: podejście ekolingwistyczne*, „Scripta Neophilologica Posnaniensia”, t. 4, *Transkomunikacja II*, Poznań 2012, s. 85.

⁴⁷ A. Markowski, J. Puzynina, *Kultura języka*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin 2012, s. 49-50.

⁴⁸ W. Pisarek, *III Forum Kultury Słowa*, [w:] *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kosińska, Warszawa 2000, s. 5-7.

⁴⁹ *Polszczyzna w komunikowaniu publicznym*, red. J. Bralczyk, W. Gruszczyński, G. Majkowska, Warszawa 1999.

⁵⁰ D. Pankowska, A. Bieganowska-Skóra, *Vulgarization of Language as Context for the Socialization of Children and Adolescents*, „Przegląd Badań Edukacyjnych” 2018, nr 27, s. 183-201.

⁵¹ K. Maćkowiak, *Media a proces wulgaryzacji polszczyzny w świadomości językowej studentów PWSZ w Lesznie*, „Scripta Comeniana Lesnensia”, nr 7, Leszno 2009, s. 7-21.

⁵² A. Markowski, *Kultura języka polskiego...*

⁵³ B. Walczak, *Przegląd kryteriów poprawności językowej*, „Poradnik Językowy” 1995, nr 9-10, s. 1-16.

⁵⁴ A. Markowski, *Kultura języka polskiego. Teoria. Zagadnienia ogólne*, Warszawa 2005.

⁵⁵ E. Kołodziejek, *Ekonomiczność innowacji składniowych w kontekście normy językowej*, „Postscriptum Polonistyczne” 2017, nr 1, s. 87-98.

⁵⁶ M. Karwatowska, *Językowe środki wyrażania agresji w rozmowach nastolatek*, [w:] *Linguistica Bidgostiana*, Bydgoszcz 2008, s. 147-161.

Badania sondażowe dowiodły, że kod wspólnotowy badanej grupy może być akceptowany z perspektywy funkcjonalności, ponieważ jest używany zgodnie z zasadami współdziałania językowego, natomiast nie z perspektywy normatywności, gdyż narusza wiele kryteriów poprawności językowej. Jednocześnie jednak komunikacja w tym środowisku nie narusza podstawowych zasad właściwego użycia języka, sformułowanych przez Robin Lakoff⁵⁸ i Paula Grice'a⁵⁹. Według P. Grice'a nadrzędną zasadą właściwego użycia języka jest kooperacja. Z tej zasady wywodzą się cztery reguły, a mianowicie:

- ilości albo informacyjności (należy przekazać tyle, ile potrzeba do celów konwersacji);
- jakości albo prawdziwości (należy podawać tylko prawdziwe informacje);
- rzeczowości (powinno się informować o tym, co istotne jest dla tematu rozmowy);
- sposobu organizacji (należy formułować sądy w sposób zrozumiały, jasny i zwięzły, bez wieloznaczności)⁶⁰.

Określenie „właściwe użycie języka”, stosowane w kontekście kultury języka, opisuje wykorzystywanie języka nie tylko jako narzędzia działania człowieka w ramach poprawności językowej, ale także jako etyczną „zasadę szanowania godności ludzkiej partnera kontaktu językowego”⁶¹. Wstępne badania dowiodły, że specyfika badanego kodu wspólnotowego sprawia, że stał się on wyraźnym identyfikatorem jego użytkowników, dobrem, o którego właściwe funkcjonowanie dbają wszyscy jego użytkownicy, zapewnia on im poczucie przynależności wspólnotowej i w tym zglobalizowanym świecie daje poczucie bezpieczeństwa, zbudowane na świadomości tożsamościowej.

Konkludując, można sformułować wstępną tezę, że komunikacja w organizacji IT może być nienormatywna, nieekologiczna, jednocześnie jednak etyczna, kooperacyjna i funkcjonalna. Kod, który ją obsługuje, jest innowacyjny i pomimo nienormatywności został zaakceptowany i przyswojony w ramach wspólnoty⁶².

⁵⁷ M. Marcjanik, *Proces przewartościowania polskiej grzeczności językowej*, [w:] *Język trzeciego tysiąclecia II*, red. G. Szpila, Kraków 2002, s. 391-396.

⁵⁸ R. Lakoff, *The Logic of Politeness or Minding your p's and q's*, [w:] *Papers from the ninth regional meeting of the Chicago Linguistic Society*, Chicago 1973, s. 292-305.

⁵⁹ P. H. Grice, *Studies in the Way of Words*, Cambridge 1969; P. H. Grice, *Logika a konwersacja*, [w:] *Język w świetle nauki*, tłum. B. Stanosz, Warszawa 1980, s. 91-114.

⁶⁰ P. H. Grice, *Logika a konwersacja...*, s. 91-114.

⁶¹ A. Markowski, J. Puzynina, *Kultura języka...*, s. 52.

⁶² J. Bralczyk, *Niezaakceptowana innowacja językowa staje się błędem*, <http://naukawpolsce.pap.pl/aktualnosci/news%2C403029%2Cbralczyk-niezaakceptowana-innowacja-jezykowa-staje-sie-bledem.html> [dostęp 02.09.2018].

Pozostaje pytanie, jakie określenie zastosować do danej odmiany językowej? Czy jest to rodzaj współczesnej nowomowy (termin szeroko omówiony w badaniach Michała Głowińskiego⁶³), czyli „język niepoprawny, niedbały, uproszczony, związany ze współczesną kulturą masową”, coś „w rodzaju ogólnego śmietnika językowego”⁶⁴, czy też slang, posiadający własną normę, obsługujący daną wspólnotę, a może niezrozumiały dla innych żargon⁶⁵, może to być także zinstytucjonalizowana forma interżargonu zawodowego⁶⁶, a może specyficzny kod obsługujący zamknięty dyskurs wspólnotowy⁶⁷.

Zasadne wydaje się zweryfikowanie postawionej wyżej tezy na temat funkcjonalności i etyczności kodu pracowników IT oraz odpowiedzenie na pytania o jego miejsce w kontekście normatywnego języka ogólnego.

1.2. Przedmiot, problematyka i zakres badań

Temat *Komunikacja w firmach IT. Leksyka profesjonalna i specjalistyczna* wyraźnie wskazuje zakres badań.

Podstawowym przedmiotem zainteresowań badawczych było słownictwo, obsługujące relacje interpersonalne w firmach IT. W trakcie badań szczególną uwagę zwrócono na te leksemy, które są specyficzne dla obserwowanego środowiska, głównie zapożyczenia i neosemantyzmy. Omawiając leksykę, wykorzystano wnioski i opracowania

⁶³ M. Głowiński, *Nowomowa*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin 2001

⁶⁴ M. Głowiński, *Nowomowa...*, s. 173.

⁶⁵ S. Grabias, *Środowiskowe i zawodowe odmiany języka – socjolekty*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin 2001, s. 250.

⁶⁶ Wyjaśnienia definicyjne i kontekstu użycia wspomnianych terminów związanych z odmianami języka opisano w dalszej części pracy.

⁶⁷ Rozumienie pojęcia dyskursu jest oparte na badaniach N. Fairclough, *Discourse and social change*. Cambridge 1992 oraz M. Foucault, *The Archaeology of Knowledge*. New York 1972. Każdy z nich podchodził do dyskursu jako do ważnej kategorii badawczej. Norman Fairclough postrzega dyskurs jako narzędzie kształtowania społecznych zmian i nierówności, skupiając się na badaniu złożonych związków między językiem, władzą i ideologią. Jego podejście do dyskursu nazywa się krytyczną analizą dyskursu (*critical discourse analysis*) i koncentruje się na badaniu językowych strategii, które umożliwiają utrzymywanie władzy i wpływ na ludzi w społeczeństwie. Michel Foucault natomiast postrzega dyskurs jako praktykę społeczną, która wpływa na wiedzę i władzę w społeczeństwie. Jego podejście nazywane jest archeologią wiedzy i koncentruje się na badaniu sposobu, w jaki dyskursy wpływają na to, co ludzie uważają za prawdę oraz jak wpływają na sposób myślenia i zachowania ludzi w społeczeństwie.

w zakresie podziału funkcjonalnego języka Aleksandra Wilkonia⁶⁸, idiolektów Sambora Gruczy⁶⁹, profesjolektów Beaty Jarosz⁷⁰, odmian językowych Stanisława Grabiasa⁷¹:

- profesjonalną – terminologię techniczną, naukową (z wyłączeniem tej, dotyczącej programowania);
- specjalistyczną – opisującą działania zawodowe oraz relacje interpersonalne w firmie, odnoszące się do komunikacji codziennej w zakresie specyfiki danego zawodu⁷².

Na podstawie badań Stanisława Urbańczyka⁷³ i A. Wilkonia⁷⁴ przeanalizowano:

- procesy zapożyczania oraz adaptacji słownictwa obcego (np. *brainstormować*, *smsować*);
- procesy modyfikowania dotychczasowego słownictwa narodowego – neosemantyzacja (np. *chmura*, *ciasteczka*), ewentualne zmiany morfologiczne (np. *bloger*, *blogowy*);
- zakres tematyczny słownictwa specjalistycznego i jego funkcjonalność w środowisku IT;
- tendencje zmian i utrudnienia związane z rozwojem języka korporacyjnego.

By móc w pełni opisać wskazane procesy lingwistyczne, na wstępie konieczne było zbadanie kontekstu komunikacyjnego, czyli przeanalizowanie procesów strukturyzacyjnych, uwzględniających obieg informacji oraz komunikację wewnętrzną i zewnętrzną. Szczególnie ważny był właśnie podział na komunikację wewnętrzną i zewnętrzną, ponieważ omawiany poniżej kod jest bardzo specyficzny, dotyczy wspólnoty zamkniętej, w związku z czym jest trudny do zrozumienia dla innych, jego istotną cechą

⁶⁸ A. Wilkoń, *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny*, Katowice 2000.

⁶⁹ S. Grucza, *Idiolekt specjalistyczny – idiokultura specjalistyczna – interkulturowość specjalistyczna*, [w:] *Teksty zawodowe w kontekstach kulturowych i tłumaczeniach*, „Języki specjalistyczne 6”, red. J. Lewandowski, M. Kornacka, Warszawa 2006.

⁷⁰ B. Jarosz, *O (nie)tożsamości pojęć: język specjalistyczny, język specjalny, język fachowy, język profesjonalny, język zawodowy, profesjolekt, technolekt*, „Polonica” 2018, nr 38.

⁷¹ S. Grabias, *Język w zachowaniach społecznych. Podstawy socjolingwistyki i logopedii*, Lublin 2019.

⁷² Podział leksyki na profesjonalną i specjalistyczną jest oparty na opracowaniu B. Jarosz, *O (nie)tożsamości pojęć...* Autorka charakteryzuje leksykę profesjonalną jako terminy i wyrażenia, które są charakterystyczne dla danego zawodu lub dziedziny, ale są również powszechnie używane w codziennym języku. Przykładami są słowa związane z medycyną (np. *recepta*, *stetoskop*), prawem (np. *advokat*, *akt notarialny*) czy bankowością (np. *debet*, *kredyt*). Leksyka specjalistyczna natomiast to terminy i wyrażenia, które są charakterystyczne dla określonej dziedziny lub dyscypliny naukowej i są rzadziej używane w codziennym języku. Przykłady to słowa związane z chemią (np. *alkohol etylowy*, *wodór*), informatyką (np. *algorytm*, *programowanie obiektowe*) czy fizyką (np. *kwantowa teoria pola*, *cząstka elementarna*).

⁷³ S. Urbańczyk, *Rozwój języka narodowego. Pojęcie i terminologia*, [w:] *Prace z dziejów języka polskiego*. Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk 1979.

⁷⁴ A. Wilkoń, *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny...*

jest „sekretność”. Ten kod jest modyfikowany wtedy, gdy zachodzi konieczność porozumienia się na granicy wspólnot, czyli w procesie komunikacji międzykulturowej, międzywspólnotowej. Dzieje się tak wtedy, gdy użytkownicy danej wspólnoty nie zapomną, że mówią do osób, które mogą ich kodu nie znać, lub gdy nie potrafią go przetłumaczyć na język ogólny. Istotne było także przyjrzenie się tym procesom z perspektywy ekolingwistyki. Z opisu wyłączony został język wspólnotowy programistów. Kod językowy programistów jest kodem zamkniętym, bardzo sprofesjonalizowanym, specyficznym tylko dla tej niewielkiej grupy. Badania sondażowe dowiodły, że nie jest on integralną częścią kodu badanej wspólnoty, nie służy budowaniu relacji między wszystkimi wewnętrznymi grupami zawodowymi tej wspólnoty.

Konkludując, przedmiotem badań przedstawionych w poniższej dysertacji jest język wspólnotowy pracowników branży technologii informacyjnych, w szczególności ich specyficzny zasób leksykalny.

Badaniami objęto ostatecznie kod ponad 1000 pracowników branży IT. Ponad 500 z nich było zatrudnionych w 5 firmach różnej wielkości – od mikroprzedsiębiorstw (startup 10 osób) do średnich firm (200 pracowników), w których prowadzono głównie obserwację uczestniczącą, wspomaganą ankietami i wywiadami⁷⁵. Z pozostałymi respondentami utrzymywany był kontakt elektroniczny, wypełniali oni ankiety, odpowiadali na pytania uzupełniające (ograniczone wywiady). Przedmiotem badań były także teksty zamieszczane na branżowych portalach oraz krótkie ogłoszenia na portalach rekrutacyjnych poszukujących pracowników IT. W badaniach tekstologicznych uwzględniono:

- wypowiedzi pracowników firm;
- teksty pozyskane w trakcie wywiadów;
- odpowiedzi zamieszczone w ankietach, przeprowadzonych w mediach społecznościowych odpowiednich branżowych grup interesów;
- komentarze zamieszczane na stronach branżowych w mediach społecznościowych (Facebook, LinkedIn);
- fragmenty tekstów (listów elektronicznych e-mail) komunikacji firmowej;

⁷⁵ Szczegółowa analiza badanych firm została przedstawiona w rozdz. 2.2 niniejszej pracy.

- wypowiedzi na czatach firmowych (Telegram, Slack, Mattermost, Viber, Skype)⁷⁶ oraz w programach koordynowania wykonania zadań i projektów (Trello, active.collab, Jira, Worksection)⁷⁷.

Przedmiotem analiz były także opracowania leksykograficzne, wykorzystano je, by skonfrontować znaczenie kontekstowe zebranego słownictwa ze znaczeniami danych leksemów utrwalonymi w słownikach języka polskiego, co pozwoliło zidentyfikować wszelkie modyfikacje semantyczne, a także wskazać słownictwo wyłącznie wspólnotowe, nierejestrowane wcześniej w zbiorach leksykalnych. Wykorzystano w tym celu słowniki tradycyjne i internetowe języka polskiego oraz specjalistyczne:

- *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*⁷⁸,
- *Internetowy słownik języka polskiego PWN*⁷⁹,
- *Internetowy słownik języka polskiego SJP*⁸⁰,
- *Słownik terminologii medialnej*⁸¹,
- *Wielki słownik języka polskiego PAN [internetowy]*⁸²,
- *Wielki słownik wyrazów obcych PWN*⁸³.

W sumie przedmiotem analiz były wypowiedzi pracowników 5 korporacji oraz firm z branży IT, działających na terenie Polski i w obszarze międzynarodowym. Łączna liczba pracowników pracujących w badanych firmach to ponad 500 osób. Wśród nich znalazły się firmy o charakterze: startup (10 do 15 osób w różnych okresach), firma produktowa (30 osób), agencja interaktywna (140 osób), korporacja IT (200 osób), software house (180 osób)⁸⁴. W opracowanym na potrzeby tej pracy słowniku znalazły się także leksemy

⁷⁶ Opis aplikacji służących do komunikacji: Telegram – aplikacja do szyfrowanej komunikacji tekstowej i głosowej; Slack – uniwersalne narzędzie do komunikacji wewnętrznej w firmach i zespołach projektowych z podziałem na kanały; Mattermost – platforma do komunikacji i współpracy w zespołach, która może być hostowana na własnym serwerze; Viber to aplikacja do komunikacji tekstowej, głosowej i wideo, podobna do WhatsApp; Skype – program do prowadzenia wideokonferencji grupowych, komunikacji tekstowej i głosowej.

⁷⁷ Trello – narzędzie do zarządzania projektami, które opiera się na metodzie Kanban w formie tablicy z kartkami, które odzwierciedlają poszczególne zadania; Active.collab to oprogramowanie do zarządzania projektami i komunikacji zespołowej; Jira – złożone kompleksowe narzędzie do zarządzania projektami i śledzenia postępów prac; Worksection – platforma do zarządzania projektami, zadaniami i komunikacją zespołową, która umożliwia również współpracę z klientami.

⁷⁸ *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, red. H. Zgólkowa, Poznań 1994-2005.

⁷⁹ *Internetowy słownik języka polskiego PWN*, <http://sjp.pwn.pl> [dostęp 2015-2023].

⁸⁰ *Internetowy słownik języka polskiego SJP*, <http://sjp.pl> [dostęp 2015-2023].

⁸¹ *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006.

⁸² *Wielki słownik języka polskiego PAN*, <https://www.wsjp.pl> [dostęp 2015-2023].

⁸³ *Wielki słownik wyrazów obcych PWN*, red. M. Bańko, Warszawa 2015.

⁸⁴ Nazwy firm są zanonimizowane ze względu na przepisy prawa o ochronie danych osobowych. Zgodnie z art. 6 ust. 1 lit. f RODO (Rozporządzenia o ochronie danych osobowych) przetwarzanie danych osobowych jest zgodne z prawem, jeśli jest niezbędne do celów wynikających z prawnie uzasadnionych interesów

zanotowane w czasie licznych spotkań i rozmów. W pracy zaprezentowano i przeanalizowano wyłącznie leksykę utrwaloną i wykorzystywaną we wskazanych firmach. Zebrany zasób leksykalny był szerszy od przedstawionego w pracy, jednak wiele słów i zwrotów miało charakter okazjonalny lub ograniczony funkcjonalnie, nie można było uznać, że należy do stałego, ustabilizowanego semantycznie zbioru leksykalnego. Opisano wyłącznie słownictwo utrwalone i znane w ramach badanych wspólnot, było to zgodne z założeniem, że to ono jest narzędziem służącym budowaniu efektywnych relacji wspólnotowych. Zakres temporalny badań to lata 2015-2023.

Określając przedmiot badań, należało doprecyzować i zdefiniować na potrzeby badań kilka pojęć związanych z podziałem zawodowym i środowiskowym polszczyzny. Istotne było ustalenie, co badany kod wspólnotowy łączy z socjolektem, żargonem, gwarą, interżargonem zawodowym, slangiem, pidginem, kreolem, nowomową zawodową.

Socjolekt wydaje się wśród wskazanych terminów najogólniejszy. Odwołując się do ustaleń Otto Jespersena⁸⁵ oraz S. Grabiasa⁸⁶, stwierdzono, że jest to odmiana języka narodowego równorzędna z dialektem, która w odróżnieniu od dialektu dotyczy grup społecznych, takich jak klasa, warstwa, środowisko. Grupa społeczna tworzy własne zasoby wyrazów, pozostając przy składni potocznej lub literackiej⁸⁷. W zasobach leksykalnych socjolektów występuje między innymi badane w pracy słownictwo profesjonalne, które na równi z żargonem i slangiem jest ograniczone społecznie i funkcjonalnie⁸⁸. Natomiast profesjolekt, zgodnie z tezą A. Wilkonii, to język, który obsługuje konkretną grupę zawodową⁸⁹. Badany kod obejmowałby zarówno socjolekt, jak i profesjolekt.

Żargon przez badaczy jest postrzegany jako odmiana środowiskowa języka narodowego, odznaczająca się specyficznym słownictwem i wymową, nie zawsze zgodnymi z normą językową. Termin ten podobnie definiowany jest w opracowaniach

realizowanych przez administratora danych, chyba że ważniejsze są interesy lub prawa i wolności osoby, której dane dotyczą. W przypadku ujawniania nazw firm może dochodzić do ujawnienia danych osobowych osób zatrudnionych w tych firmach lub informacji handlowych i wizerunkowych, co jest szczególnie istotne dla przedsiębiorstw. W związku z powyższym, w celu ochrony prywatności i danych firmowych, w niniejszej pracy unika się ujawniania nazw firm bez ich wyraźnej zgody lub upewnienia się, że takie ujawnienie jest zgodne z przepisami prawa; zob. Ustawa z dnia 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2018 r. poz. 1000).

⁸⁵ O. Jespersen, *Mankind, Nation and Individual*, London 1947.

⁸⁶ S. Grabias, *Język w zachowaniach społecznych. Podstawy socjolingwistyki i logopedii*, Lublin 2019.

⁸⁷ S. Grabias, *Język w zachowaniach społecznych. Podstawy socjolingwistyki i logopedii*, Lublin 2019, s. 99, 105.

⁸⁸ S. Grabias, *Język w zachowaniach społecznych. Podstawy socjolingwistyki i logopedii*, Lublin 2019, s. 111.

⁸⁹ A. Wilkoń, *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny...*, s. 87-99.

leksykograficznych⁹⁰. Danuta Ochotna przypomina, że terminy „żargon” i „gwara” często są uważane za synonimy i w opracowaniach występują zamiennie. Według niej jest to błąd, bazując na ustaleniach Toma McArthura⁹¹, stwierdza, że „żargon odnosi się do konkretnej grupy zawodowej, której zasób słownictwa i terminy dla osób niezwiązanych z daną grupą są niezrozumiałe”⁹². Z kolei gwara to:

termin oznaczony w języku angielskim jako „dialect” i odnosi się do niego jako odmiany języka używanego w danym regionie, ale także słowo „dialect” może odnosić się do języka stosowanego przez osoby z danej klasy społecznej, czy z danego środowiska zawodowego⁹³.

Jeszcze jedną kwestią, którą warto odnotować, jest stwierdzenie D. Ochotnej, zamieszczone w już wspomnianej pracy, że przeniesienie słownictwa oraz składni z żargonu zawodowego do rozmów codziennych może sprawić, iż komunikaty staną się skomplikowane i niejasne dla odbiorców, którzy nie należą do danej grupy. Problem ten dotyczy także badanego kodu.

W wielu pracach socjolingwistycznych S. Grabiasa⁹⁴ pojawia się termin „interżargon zawodowy”. Leksyka socjolektów zawodowych się upowszechnia i trafia do języka ogólnego, a wyrazy żargonowe przechodzą do języka potocznego, a nawet wędrują dalej do slangu środowisk młodzieżowych, co skutkuje powstaniem tak zwanego interżargonu⁹⁵. Ponieważ granice niektórych grup społecznych, zwłaszcza rówieśniczych czy towarzyskich, są zatarte, wzajemne mieszanie się socjolektów sprzyja powstawaniu warstwy leksyki interżargonowej.

Slang jest to potoczna odmiana języka używana przez daną grupę zawodową lub środowiskową⁹⁶. W encyklopediach przeczytać można, że slang to mocno potoczna, nieformalna, niestandardowa w języku mówcy leksyka, która ma ograniczony zasięg społeczny⁹⁷. Pisali też o tym S. Grabias⁹⁸, G. Szpila⁹⁹ itp. Często terminy „slang”, „gwara”

⁹⁰ *Internetowy słownik języka polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/doroszewski/zargon;5532586.html> [dostęp 21.05.2021].

⁹¹ T. McArthur, *The Oxford companion to English language*, Oxford 1992, 543–544.

⁹² D. Ochotna, *Język polskiej agory wirtualnej – żargon czy pidgin? Próba definicji na podstawie opracowania McArthura (1992)*, „Scripta Neophilologica Posnaniensia”, t. 16, Poznań 2016, s. 86.

⁹³ D. Ochotna, *Język polskiej agory wirtualnej...*, s. 86.

⁹⁴ S. Grabias, *Język w zachowaniach społecznych. Podstawy socjolingwistyki i logopedii*, Lublin 2019; S. Grabias, *Środowiskowe i zawodowe odmiany języka – socjolekty...*

⁹⁵ S. Grabias, *Język w zachowaniach społecznych. Podstawy socjolingwistyki i logopedii*, Lublin 2019, s. 119.

⁹⁶ *Internetowy słownik języka polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/slang.html> [dostęp 21.05.2021].

⁹⁷ *Slang*, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/slang;3976344.html>, [dostęp 21.05.2021].

i „żargon” są używane zamiennie, S. Grabias¹⁰⁰ zwraca jednak uwagę, że slang ma charakter jawny, czym odróżnia się od żargonu, który ma cechę tajności.

Czasem kod wspólnotowy pracowników IT jest określany również jako „nowomowa”, ang. *newspeak*, nie ma on jednak nic wspólnego z terminem wprowadzonym przez George’a Orwella¹⁰¹, choć obejmuje wiele aspektów dotyczących nowomowy politycznej. Podobnie jak w nowomowie badany kod charakteryzuje się: eliminacją lub zamianą pewnych słów i wyrazów, zastępowaniem jednego słowa innym, uproszczeniami formalnymi i semantycznymi, wymiennością części mowy oraz tworzeniem słów dla doraźnych, wewnętrznych celów komunikacyjnych. Termin ten wykorzystywany jest także jako identyfikator języka biurokratycznego. Z perspektywy niniejszych badań jest to nietrafnie dobrane określenie, zbyt mocno nacechowane politycznie, kojarzy się z propagandą, kodem celowo narzuconym przez totalitarne i komunistyczne władze, natomiast badany przeze mnie kod wspólnotowy tworzy się w sposób naturalny, nie jest przez nikogo narzucany, nie ma charakteru propagandowego, służy równoległej i pionowej komunikacji wspólnotowej.

Terminem „pidgin” określa się języki międzynarodowe. Według D. Ochotnej¹⁰² powstaje on w wyniku kontaktu co najmniej dwóch języków, między dwiema grupami, które posługują się różnymi językami rodzimymi, aby umożliwić ich użytkownikom komunikację. Najważniejszymi cechami pidgin są: uproszczona gramatyka, niefleksyjność lub ograniczona fleksja, pomijanie znaków diakrytycznych, wielofunkcyjność – jeden element może pełnić w zdaniu wiele funkcji. W wyżej wspomnianym opracowaniu odnotowano takie odmiany pidgin jak: żargon, trwały pidgin, rozszerzony pidgin oraz kreol. Niekiedy pidgin może posiadać status języka oficjalnego.

Bazując na badaniu D. Ochotnej, można stwierdzić, że pidgin stanowi etap poprzedzający powstawanie kreolu¹⁰³. Kreol jest następnym etapem ewolucji języka po pidgin, powstaje z połączenia dwóch języków, gdy jeden z języków jest dominujący. Kod

⁹⁸ S. Grabias, *Język w zachowaniach społecznych. Podstawy socjolingwistyki i logopedii*, Lublin 2019.

⁹⁹ *Język polski XXI wieku: analizy, oceny, perspektywy*, red. G. Szpila, Kraków 2007.

¹⁰⁰ S. Grabias, *Środowiskowe i zawodowe odmiany języka – socjolekty...*, s. 250.

¹⁰¹ A. Kuchta, *Język w służbie iluzji, czyli o czym „mówi” nowomowa?* [w:] *Maska. Magazyn antropologiczno-społeczno-kulturowy: Mit, kłamstwo, iluzja*, nr 14, Kraków 2012, s. 17-32.

¹⁰² D. Ochotna, *Język polskiej agory wirtualnej...*, s. 86.

¹⁰³ Przykładem pidginu jest spanglish – połączenie elementów angielskiego i hiszpańskiego, a w mniejszym stopniu, można tutaj też odnieść ponglish – połączenie polskiego i angielskiego, które zostało stworzone głównie przez Polonię – członków polskiej diaspory w krajach anglojęzycznych. Przykładem kreolu na podstawie hiszpańskiego jest Chavacano używany na Filipinach; zob. D. Ochotna, *Język polskiej agory wirtualnej...*, s. 88.

badanej wspólnoty powstał poprzez interakcję języka angielskiego i polskiego, pozostaje jednak otwarte pytanie, czy któryś z tych języków zdominował wspólnotowe zasoby leksykalne.

Terminy: „język ogólny”, „język potoczny”, „język specjalistyczny”, „język profesjonalny”, „język środowiskowy” – proponowane i definiowane głównie przez A. Wilkoń¹⁰⁴, S. Gruczę¹⁰⁵, S. Grabiasa¹⁰⁶, B. Jarosz¹⁰⁷ – także nie w pełni opisują specyfikę badanego kodu, dlatego przedmiotem badań stał się także problem usytuowania danego kodu wśród odmian funkcjonalnych współczesnej polszczyzny.

Badania dotyczyły także zmian zachodzących w kodzie wspólnotowym pracowników środowiska IT, szczególnie w jego podsystemie leksykalnym.

Podstawowe problemy badawcze obejmowały zagadnienia typowe dla ekolingwistyki¹⁰⁸:

- stopień nasycenia języka narodowego (w tym przypadku języka polskiego) zapożyczeniami;
- przebieg procesów adaptacyjnych obcego słownictwa (przejmowanie bez zmian, modyfikacja graficzna, morfologiczna, semantyczna);
- wymiana i uzupełnianie pierwotnych zasobów leksykalnych.

Te zagadnienia były omawiane w szerszym kontekście komunikacyjnym, dlatego istotne było także zbadanie procesów strukturyzacyjnych w wybranych firmach oraz funkcjonalności obsługujących je kodów językowych.

Przedmiotem badań były także przewidywane skutki opisywanych tendencji językowych:

- niemożność porozumienia się z innymi grupami społecznymi;
- wzmacnianie się pokoleniowych barier komunikacyjnych, w konsekwencji marginalizacja dużej grupy zawodowej (e-imigrantów) z racji wieku (ageizm);

¹⁰⁴ A. Wilkoń, *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny...*

¹⁰⁵ S. Grucza, *Idiolekt specjalistyczny...*

¹⁰⁶ S. Grabias, *Język w zachowaniach społecznych. Podstawy socjolingwistyki i logopedii*, Lublin 2019.

¹⁰⁷ B. Jarosz, *O (nie)tożsamości pojęć...*

¹⁰⁸ Ekolingwistyka obejmuje szeroki interdyscyplinarny zakres, a mianowicie zagadnienia związane z ochroną języka, współistnieniem z innymi językami, wymieraniem języka. Termin wprowadził norweski językoznawca Einar Haugen w książce *The ecology of language* w 1972 r. Bardzo istotny wkład w rozwój ekolingwistyki wniosły osiągnięcia naukowców poznańskiej szkoły ekolingwistyki, szczególnie ważne prace Stanisława Puppla. W niniejszej rozprawie interesuje mnie nie cała problematyka ekolingwistyki, tylko część związana z badaną wspólnotą; zob. M. Krawczak, *Poznańska Szkoła Ekolingwistyki*, „Scripta Neophilologica Posnaniensia”, t. 17, Poznań 2017, s. 145-192.

- pojawienie się nowych terminów, profesjonalizmów, które obowiązują tylko w pewnych firmach, a w innych są nieznanymi, czyli duża dynamika tendencji rozwojowych badanego kodu.

1.3. Cele badań

Podstawowym celem badań prowadzonych w związku z tą analizą było opisanie zasobu leksykalnego kodu wspólnotowego, obsługującego relacje zawodowe pracowników IT. Obserwacje ograniczono do zasobów leksykalnych, gdyż badania sondażowe wykazały, że to w tym podsystemie językowym zaszły największe zmiany. Zaprezentowano materiał w szerszym kontekście relacyjnym, gdyż istotne były w tym przypadku nie tylko tekstologiczne konteksty użycia, ale także konteksty sytuacyjne. Te ostatnie pozwoliły zweryfikować i opisać podział funkcjonalny badanego kodu i ustalić specyficzne dla określonych sytuacji komunikacyjnych słownictwo.

Ponadto podjęto próbę ustalenia, w jakim stopniu analizowany kod wspólnotowy nasycony jest zapożyczeniami angielskimi oraz jaki zakres słownictwa polskiego został zmodyfikowany formalnie i semantycznie. W tym celu:

- skonfrontowano polskie neologizmy i neosemantyzmy z języka angielskiego z dotychczasowymi zasobami leksykalnymi języka ogólnego polskiego rejestrowanymi w analizowanych słownikach; sprawdzono, czy pojawiły się nowe znaczenia oraz omówiono ich genezę, weryfikując, czy te modyfikacje nie wynikają z interakcji polsko-angielskich;
- ustalono, z jakich innych języków pochodzą odnotowane zapożyczenia i czy jest to warunkowane specyfiką kontaktów zewnętrznych firm;
- zbadano tendencje rozwojowe w zakresie werbalnych interferencji polsko-angielskich.

Ze względu na pochodzenie większości technologii z krajów anglojęzycznych oraz na rozpowszechnienie się języka angielskiego interesujące mogą okazać się ustalenia, dotyczące wpływów innych technologicznie rozwiniętych obcojęzycznych środowisk, np. niemieckiego, francuskiego, chińskiego, japońskiego, rosyjskiego. Pomoże to zweryfikować tezę o monopolizacji kodu przez język angielski.

Ponadto istotnym celem badań było ustalenie, jak modyfikowane są w procesie adaptacji zapożyczenia oraz wskazanie technik spolszczania:

- graficznych,
- morfologicznych,
- semantycznych.

Jednym z celów było zbadanie procesu nabywania nowego znaczenia danego leksemu lub modyfikowanie dotychczasowego po jego przeniknięciu do innego języka. W tego typu analizach uwzględniono także niewielkie modyfikacje kontekstowe znaczeń, np. ang. *call* [kol] – ‘dzwonić’, ‘rozmowa telefoniczna’, *mam call'a* [mam kola] – w kodzie IT ‘mam telekonferencję internetową’, ‘mam spotkanie firmowe lub z klientem przez Internet’.

Istotne było także ustalenie, pomimo świadomości związanych z tym trudności, granic pragmatycznych modyfikacji specjalistycznych kodu, których przekroczenie sprawi, że kod wspólnotowy straci swoją funkcjonalność nie tylko w zakresie komunikacji zewnętrznej, ale także w ramach komunikacji wewnętrznej. Ten aspekt dotyczy ekologii języka, czyli jego czystości normatywnej, czystości etnicznej, przejrzystości komunikacyjnej. Proces ten przeanalizowano i opisano w kontekście funkcjonalności kodu, szybkości przepływu informacji, fortunności obsługiwanej przez ten kod komunikacji.

Teoretycznym celem badań było opisanie przedmiotu badań z perspektywy kryterium narodowego, formalnego i semantycznego oraz zwrócenie uwagi na pragmatyczne przesunięcie granicy między błędem językowym a normą uzualną¹⁰⁹.

Celem drugorzędym było wskazanie tendencji rozwojowych badanego kodu oraz granicy między zachowaniami komunikacyjnymi uzasadnionymi funkcjonalnie a zachowaniami będącymi swoistą modą językową.

1.4. Metodologia badań

Narastająca złożoność analizowanych zagadnień, szybkie tempo zmian cywilizacyjnych generujące nowe problemy badawcze, rozszerzający się zakres badań,

¹⁰⁹ Błąd językowy i norma uzualna są rozumiane zgodnie z zaproponowaną teorią A. Markowskiego; zob. A. Markowski, *Kultura języka polskiego...*, s. 21.

uzasadniają tezę, że zamykanie się w granicach tradycyjnych dyscyplin naukowych skutkuje ograniczeniem możliwości poznawczych¹¹⁰. Dziś w nauce, szczególnie humanistyce, można dostrzec dwie postawy badawcze, które, mimo że są sprzeczne, znalazły zastosowanie jako wzajemnie dopełniające się¹¹¹. Pierwsza tendencja to konsekwentne ograniczanie własnych badań do wyraźnie zdefiniowanej problematyki, zaobserwować to można w dziedzinach o utrwalonej tradycji metodologicznej, np. onomastyki lub bardziej wąsko onomastyki literackiej, antroponimii czy toponimii. Druga tendencja to analiza i opis danego zagadnienia przekraczające granice dyscypliny, w ramach onomastyki pogłębiane są dociekania lingwistyczne o analizy historyczne, geograficzne, socjologiczne, kulturoznawcze. Te analizy poszerzają kontekst omawianego zagadnienia w sposób wystarczający, natomiast ograniczony zainteresowaniami filologa, który wprowadza perspektywę dominującą. Ta tendencja jest również obecna w badaniach komunikologicznych, np. prace Ireny Kamińskiej-Szmaj¹¹² sytuują pogłębioną analizę lingwistyczną w ograniczonym kontekście politologicznym, społecznym, poprzez koncentrację uwagi na dyskursie.

Badania komunikologiczne nie mają jeszcze ustabilizowanej tradycji metodologicznej, jest ona jednak stopniowo wypracowywana¹¹³, gdyż komunikologia jest młodą nauką. Wywodzi się ona z pragmatycznie pojmowanej i analizowanej komunikacji społecznej. Zbudowana została na fundamencie wielu dyscyplin: filozofii, filologii, kulturoznawstwa, psychologii, socjologii, a nawet matematyki, biologii, politologii i teologii. Na podstawie multidyscyplinarnych badań empirycznych z zakresu komunikacji sformułowano teorie naukowe, które dały początek nauce o komunikacji. Komunikologia, czyli nauka o komunikacji – zgodnie z teorią nauki Michela Foucaulta¹¹⁴ – przekroczyła pierwszy z czterech progów unaukowienia, została zaakceptowana i znajduje się obecnie w

¹¹⁰ E. Grzelak, *Komunikologia – nauka otwarta. Zagrożenia i możliwości poznawcze*, [w:] *Teorie i praktyki komunikacji 2*, red. A. Barańska-Szmitko, A. Filipczak-Białkowska, Łódź 2023, s. 90.

¹¹¹ E. Grzelak, *Komunikologia – nauka otwarta...*, s. 87-105.

¹¹² I. Kamińska-Szmaj, *Słowa na wolności: język polityki po 1989 roku*, Wrocław 2001.

¹¹³ T. Goban-Klas, *Nauki o mediach. Prekursorzy – ojcowie założyciele – medioznawcy i mediolodzy*, „Zeszyty Prasoznawcze 56” 2013, nr 1 (213), s. 11-25; W. Godzic, *Język w Internecie: Czy piszemy to, co myślimy?* [w:] *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa 2000, s. 176-185; G. Habrajska, *Strategie konwersacyjne w internetowych grupach dyskusyjnych*, [w:] *Język trzeciego tysiąclecia II. Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*, t. 1, Kraków 2002; *Język w Internecie. Antologia*, red. M. Kita, I. Loewe, Katowice 2016.

¹¹⁴ P. Bytniewski, *Dyskursy wiedzy. Michela Foucaulta archeologię nauk humanistycznych*, Lublin 2013, s. 304-308.

fazie drugiej – epistemologizacji, czyli w procesie namnażania prawdy¹¹⁵. Ze względu na swoją obszerność przedmiotową i metodologiczną ciągle wymaga jednak jeszcze jednoznacznego zdefiniowania pojęć. Jest to bardzo istotne w przypadku badań komunikologicznych, które cechują szeroki zakres badawczy, przekraczający granice dyscyplin oraz złożoność problemów badawczych, których rozwiązania obejmują doświadczenie multidyscyplinarne, a to w konsekwencji wymusza ogląd naukowy, uwzględniający wielość perspektyw poznawczych. Komunikologia w opinii Brunona Olliviera i innych badaczy była i jest przedmiotem zainteresowań nauk społecznych¹¹⁶.

Wątpliwości w tym zakresie potęguje fakt, że komunikologia na tym etapie unaukowania ma zdefiniowane, choć stale poszerzane, problematykę i zakres badań, jednak nadal zapożycza i łączy teorie oraz metodologie z innych nauk, np. psychologii, socjologii i dydaktyki. Analizując przykładowo język płci, ważne jest zbudowanie kontekstu kulturowego i społecznego oraz odwołanie się do historii i psychologii. Omawiając efektywność komunikacji interpersonalnej, wykorzystujemy teorię wzajemności, teorię penetracji społecznej Altmana i Taylora, teorię symbolicznego interakcjonizmu Meada, teorię interpersonalnego oszustwa Bullera, które wypracowali psychologowie i socjologowie. Analizując współczesne techniki komunikowania, odchodzimy powoli od wzorca aktu mowy Jacobsona podstawowego dla filologii, uzupełniamy go lub zastępujemy wzorcem amfitalnym Winkina. Duży wkład w rozwój komunikologii, choć niedoceniany parametrycznie, mają multidyscyplinarne wieloautorskie monografie, w których poszczególne teksty, najczęściej interdyscyplinarne, opisują dany problem z perspektywy warunkowanej zakresem zainteresowań badacza. Chociaż dają one możliwość szerokiego oglądu, nadal podstawowymi barierami interpretacyjnymi są odmienność metodologiczna oraz powiązane z teoriami kody¹¹⁷.

Komunikolodzy sięgają po bardzo zróżnicowane rozwiązania metodologiczne. Korzystają z uniwersalnych powszechnie akceptowanych i opisanych w literaturze przedmiotu narzędzi badań: ankiety, wywiadu, analizy tekstologicznej, metody etnograficznej, obserwacji uczestniczącej, eksperymentu. Są to narzędzia transdyscyplinarne, choć kompetencje w zakresie ich wykorzystania różnią się, a ranga każdego z nich dla poszczególnych dyscyplin jest odmienna (np. ankieta). Bardziej

¹¹⁵ E. Grzelak, *Imagologia – narzędzie kreacji innego w przekazie elektronicznym*, „Porównania” 2017, nr 20, s. 9-24.

¹¹⁶ B. Ollivier, *Nauki o komunikacji*, tłum. I. Piechnik, Warszawa 2010.

¹¹⁷ E. Grzelak, *Komunikologia – nauka otwarta...*, s. 87-105.

specyficzne od instrumentarium, służącego zbieraniu materiału, są techniki porządkowania danych, metody ich analizy i opisu, są one zakorzenione w danej dyscyplinie. O wyborze i randze tych narzędzi decydują:

- badacz – istotne jest to, jaką dyscyplinę nauki on reprezentuje, czyli jakie ma kompetencje;
- przedmiot badań – tu wybór metody dokonywany jest także w ramach własnej dyscypliny, czasem przekracza granice, poszerzając opis kontekstualny.

Przykłady rozszerzeń kontekstowych odnajdujemy w badaniach komunikologicznych, w których np. językoznawcy, analizując lingwistykę tekstu, sytuują wnioski w kontekście kulturowym, społecznym, geograficznym, coraz częściej przyrodniczym, np. badania z zakresu neurolingwistyki. Badania takie mogą mieć charakter inter- lub multi- dyscyplinarny. Tym, co w zdecydowany sposób utrudnia wyjście w opisie poza własną dyscyplinę i stworzenie platformy transdyscyplinarnej, jest brak wspólnego aparatu pojęciowego, kodu, który pozwoli na porozumienie się na granicy dyscyplin. Rozwiązaniem najczęściej obecnie stosowanym jest definiowanie na potrzeby każdego wystąpienia stosowanych w danym tekście terminów. Przykładem takich niedoborów są badania nad komunikacją kulturową, w których podobną problematykę poruszają antropolodzy, etnografowie, jednak rażą ich nawet tak niewielkie różnice jak użycia terminów: „komunikacja na granicy kultur”, „interkulturowy”, „międzykulturowy”. Istotne jest także odmienne rozumienie podobnie brzmiących terminów, na przykład terminu „pojęcie” w filozofii i etnolingwistyce.

Obecnie badacze dysponują utrwalonym zasobem terminologicznym w ramach danej dziedziny oraz podstawowymi narzędziami zbierania materiału, natomiast o opisie decydują następujące czynniki:

- przewodnia dziedzina badań (językoznawstwo, kulturoznawstwo, filozofia, politologia, itp.),
- przedmiot badań,
- cele badań.

Jest to konsekwencją interdyscyplinarności, a nawet trans dyscyplinarności, komunikologii.

Mając to na uwadze, przy podejmowaniu decyzji w sprawie metod zbierania i opisu materiału ustalono na wstępie, że językoznawstwo będzie dominującą perspektywą oglądu, przedmiotem badań zaś werbalny kod wspólnotowy pracowników środowiska IT, celem dodatkowym natomiast ustalenie tendencji globalizacyjnych i specyficznych tego kodu.

Istotna była odpowiedź na pytanie, czy dany kod ogranicza komunikację, czy ją usprawnia i jaki ma wpływ na komunikatywność. Powyższe ustalenia zdeterminowały wybór metod zbierania i opisu materiału.

W celu komplementarnego zebrania materiału i jego właściwej prezentacji konieczne było wybranie adekwatnych metod poznawczych, analitycznych oraz opisu. Uwzględniając kolejne etapy pracy, zastosowano właściwe dla nich metody:

- zbierania materiału,
- grupowania, sortowania i opisywania zebranego materiału,
- analizy danych.

Zbierając materiał, wykorzystano podstawowe metody badań komunikologicznych: obserwację uczestniczącą, ankiety i wywiady, analizę tekstologiczną oraz jedną metodę typową dla badań leksykologicznych – analizę porównawczą dotychczasowych zasobów leksykograficznych z zasobami zebranymi w trakcie badań.

Ankiety i wywiady wykorzystano w celu zebrania leksyki będącej przedmiotem zainteresowania badacza, szczególnie tej obsługującej komunikację interpersonalną codzienną, nieoficjalną w danej firmie. Dzięki nim pozyskano także pełniejsze opisy znaczeń oraz przykłady użycia zebranego już wcześniej słownictwa. Pytania miały charakter otwarty, dotyczyły określonych sytuacji komunikacyjnych, np. „Jak potocznie nazywasz spotkania z bezpośrednim przełożonym?”, „Podaj potoczne określenia stanowisk w naszej firmie”, „Opisz hierarchię w firmie” (Rys. 1, 2).

Ankieta - badanie korpomowy w firmach IT

Ankieta jest przeprowadzana na cele badań języka korporacyjnego w ramach pracy doktorskiej 'Język korporacji IT. Leksyka profesjonalna i specjalistyczna'. Autor: mgr Iurii Ganushchak. Promotor: prof. UAM dr hab. Eliza Grzelek

iurii.ganushchak@gmail.com (nieudostępniony) [Przełącz konto](#)

***Wymagane**

Wymień najczęściej używane wyrazy slangu IT *

Twoja odpowiedź

Podaj potoczne określenia stanowisk w naszej firmie

Twoja odpowiedź

Opisz hierarchię w naszej firmie

Twoja odpowiedź

[Dalej](#) [Wyczyść formularz](#)

Rys. 1. Przykład ankiety wykorzystywanej do zbierania słownictwa, część I. Źródło: opracowanie własne

Część diskutowanych zagadnień dotyczyła zebranego materiału: „Co oznacza skrót ASAP?”, „Kiedy go używasz?”, „Jak rozumiesz wyraz: *chillout room* lub *fan room*, do czego to miejsce służy?” itp. Ankieta była badaniem ogólnym, jak wspomniano wyżej, dominowały pytania otwarte, a od respondentów oczekiwano odpowiedzi spontanicznych. Ten typ badań uznaje się za najbardziej skuteczny, ponieważ w niewielkim stopniu ujawnia on wiedzę ankietera, umożliwia natomiast respondentom formułowanie samodzielnych odpowiedzi¹¹⁸. Bardziej szczegółowe były wywiady, które prowadzono w formie swobodnej rozmowy, służyły one weryfikacji zebranych danych, pozwalały także je uzupełnić.

Ankieta - badanie korpomowy w firmach IT

iuriiganushchak@gmail.com (nieudostępniony) [Przełącz konto](#) Wersja robocza została zapisana

Część II - rozumienie często spotykanych pojęć

Jak rozumiesz skrót ASAP? Kiedy go używasz?

Jak rozumiesz wyraz: chillout room lub fan room, do czego to miejsce służy?

Jak potocznie nazywasz spotkania z przełożonym?

[Wstecz](#) [Prześlij](#) [Wyczyść formularz](#)

Nigdy nie podawaj w Formularzach Google swoich haseł.

Ta treść nie została utworzona ani zatwierdzona przez Google. [Zgłoś nadużycie](#) - [Warunki korzystania z usługi](#) - [Ochrona danych osobowych](#)

Formularze Google

Rys. 2. Przykład ankiety wykorzystywanej do zbierania słownictwa, część II. Źródło: opracowanie własne

Problemem komunikacji wspólnotowej pracowników IT jest komunikacja ustna, która obsługuje bezpośrednie kontakty zawodowe oraz towarzyskie w przestrzeni zawodowej. Wiele wykorzystywanych wtedy słów to zapożyczenia z języka angielskiego,

¹¹⁸ D. Bartol-Jarosińska, *Świadomość językowa robotników warszawskich*, Warszawa 1986.

spolszczane morfologicznie lub polskie i angielskie neologizmy semantyczne. Ich nienormatywność sprawiała, że rejestrowano różne ich zapisy, dlatego trudno było uwzględnić je w ankiecie; odmienność graficzna sprawiała, że uznawano je za nieznanne, dopiero w rozmowie bezpośredniej podawano ich znaczenia, np. „ASAP to coś co trzeba zrobić na już, wszystko rzucić i robić, bo się pali [...]” albo „*miting* to nasze spotkanie działowe albo z klientem [...]” czy „*daily* to nasze codzienne poranne spotkania statusowe”. Za pomocą ankiet przebadano ponad 200 osób. Wywiady bezpośrednie przeprowadzono z około 200 osobami, trwały one średnio kilkanaście minut i nie były nagrywane, w trakcie spotkania, za zgodą respondenta, notowano jego wypowiedzi. W ten sposób uzyskano od uczestników komunikacji dane w formie samoopisu¹¹⁹. Częstkowe wywiady prowadzono także drogą elektroniczną, na pytania zadane w ten sposób odpowiedziało około 180 osób.

Analiza tekstu, czyli opis i interpretacja najbardziej charakterystycznych cech komunikatu, w tym przypadku objęła dwa zagadnienia:

- neosemantyzację istniejących w języku ogólnym leksemów,
- interpretację semantyczną przekazu.

Główną uwagę skupiono na następujących elementach:

- profesjonalna i specyficzna leksyka,
- przykłady użycia zanotowanych słów,
- charakterystyka sytuacji nadawczo-odbiorczej:
 - stopień oficjalności,
 - relacja nadawca < > odbiorca,
 - typ przekazu.

Wybrane teksty były bardzo zróżnicowane, obejmowały przekaz werbalny w piśmie i mowie. Komunikacja w firmach IT przebiega w dwóch różnych przestrzeniach: realnej i wirtualnej (rzeczywistość sztuczna, wytwór wyobraźni, wymyślona w wyobraźni, nierealna¹²⁰). W badaniach należało uwzględnić obie realizacje. W przestrzeni realnej jest to głównie język mówiony, wykorzystywany na spotkaniach oficjalnych i nieoficjalnych, w prywatnej komunikacji interpersonalnej oraz na spotkaniach analitycznych, w czasie tzw. „burzy mózgów”. Wyjątek stanowią drobne notatki na stickerach, flipchartach, w e-notesach, które sporządzane są w trakcie komunikacji i stanowią informację

¹¹⁹ E. Griffin, *Podstawy komunikacji społecznej...*, s. 35, 534.

¹²⁰ D. Ochotna, *Struktura komunikatów SMS-owych...*, s. 86.

zdeternowaną technologicznie (na nośniku), są jednak bieżącym dopełnieniem komunikacji realnej. Komunikacja wirtualna natomiast wykorzystuje przekaz pisemny, wyjątkiem są wideokonferencje internetowe (Skype, Teams, Google Meets, Zoom itp.), w których wykorzystywany jest nośnik elektroniczny, jest to jednak bezpośrednia, równoległa wymiana komunikatów ustnych. Komunikacja pisemna wykorzystywana jest w e-mailach, na czatach (Slack, Telegram, Mattermost, Messenger, itp.), w programach kontroli projektów i wykonania zadań (Trello, Jira, active.collab) oraz innych sytuacjach.

Uwzględniono w badaniach teksty zamieszczane w mediach społecznościowych oraz na forach internetowych. Brano pod uwagę tylko te grupy w sieci Facebook, które cieszyły się dużym zainteresowaniem i zaufaniem branżowym. Do najpopularniejszych należały: „Rozmowy o startupach” oraz „Mordor na Domaniewskiej”. Ta ostatnia grupa jest fenomenem polskiego wirtualnego korpożycia. Interesującą podstawę materiałową stanowiły również ogłoszenia o pracy na portalach: www.praca.pl, www.pracuj.pl, www.linkedin.com.

Ostatecznie przeanalizowano wypowiedzi na Facebooku, Twitterze, Messengerze, teksty pozyskane w czasie obserwacji uczestniczącej, zebrane w badanych firmach dokumenty nieoficjalne (np. wewnętrzne listy elektroniczne, polecenia bezpośrednie) oraz przekazy oficjalne (np. listy elektroniczne adresowane do wszystkich pracowników, dokumenty promocyjne, informatory). Najistotniejsze w tym przypadku było ustalenie wszystkich znaczeń specyficznych leksemów używanych w badanym środowisku oraz zebranie jak najpełniejszego zasobu leksykalnego, charakterystycznego dla badanej grupy. W trakcie badań istotny był także kontekst użycia/zastosowania słów, gdyż tylko pełen obraz funkcjonowania słownictwa pozwalał na jego kategoryzację i interpretację semantyczną, zwracano także uwagę na stopień oficjalności przekazu, sytuację nadawczo-odbiorczą (np. komunikacja pisemna i ustna, komunikacja pozioma i pionowa, zakres znajomości danego słowa), powtarzalność użycia.

Wszystkie wybrane teksty analizowano w szerszym pozawspólnotowym kontekście społeczno-kulturowym. Zwrócono uwagę na specyfikę komunikacji w firmach IT, jej hermetyczność, odmienną strukturyzację badanych grup i ich globalizację, która wpływa na dobór słownictwa oraz modyfikuje techniki komunikacyjne. W tym przypadku istotne było także uwzględnienie czynników kulturowych i językowych, będących konsekwencją determinizmu technologicznego.

Ostatnia wykorzystana w badaniach metoda – **obserwacja uczestnicząca**, zwana też etnografią, polega na wejściu badacza do analizowanej społeczności i obserwacji

zachodzących w niej procesów komunikacyjnych. Obserwator może aktywnie uczestniczyć w tych relacjach lub pozostawać na granicy badanej grupy. Druga postawa pozwala na zwiększenie obiektywizmu, uniemożliwia jednak głębsze poznanie relacji bliskich. Amerykański antropolog Clifford Geertz uważa, że etnografia „nie jest nauką eksperymentalną, lecz podejściem interpretacyjnym poszukującym znaczeń”¹²¹. Według niego dobra obserwacja uczestnicząca to obserwacja nie z perspektywy własnego doświadczenia, lecz interpretacja relacji osadzona w znaczeniach typowych dla badanej społeczności. W tym przypadku wyjściem, łączącym aktywność z obserwacją, było uczestnictwo w komunikacji elektronicznej zainteresowanych osób (pracowników IT) na portalach Facebook, LinkedIn, Twitter; badacz, jako pracownik IT, był w tych relacjach jednym z nich. W ten sposób mógł szerzej poznać reguły relacyjne, obowiązujące w tej społeczności. Inną formą obserwacji uczestniczącej było współuczestnictwo w wybranych sytuacjach komunikacyjnych jako gość.

Metodę obserwacji uczestniczącej w korporacjach branży technologii informacyjnych ograniczono do komunikacji w działach: marketingu, sprzedaży, programowania. Wyłączono z badań bardzo specjalistyczny i wąski zakres słownictwa, dotyczący technicznego opisu programowania, który nieznanym jest szerszej grupie pracowników IT. Według Em Griffin obserwacja uczestnicząca jest metodą badawczą, polegającą na przyjęciu stanowiska zainteresowanego, choć nie poinformowanego podmiotu. W trakcie stosowania tej metody badacz, skrupulatnie notując, próbuje odkryć, co uczestnicy procesu komunikacyjnego mówią i robią, jak interpretują swój świat¹²², także werbalnie.

Specyficzną formą analizy tekstologicznej była analiza wybranych opracowań leksykograficznych¹²³, analiza ta miała charakter porównawczy. Umożliwiła skonfrontowanie zebranego słownictwa zdeterminowanego elektronicznie języka korporacyjnego, szczególnie obsługującego współczesną komunikację pracowników IT, z zasobami słowników ogólnych oraz specjalistycznego. Porównanie tych zasobów leksykalnych pozwoliło na:

- wskazanie słownictwa przekraczającego granice wspólnotowe;

¹²¹ C. Geertz, *Thick description: Toward an interpretive theory of Culture*, [w:] *The Interpretation of Cultures. Selected Essays*, New York 1973, s. 5.

¹²² E. Griffin, *Podstawy komunikacji społecznej...*, s. 539.

¹²³ *Internetowy słownik języka polskiego PWN*, <http://sjp.pwn.pl> [dostęp 10.03.2019]; *Internetowy słownik języka polskiego SJP*, <http://sjp.pl> [dostęp 10.03.2019]; *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006.

- wskazanie tendencji, np. dynamiki wypierania istniejącego słownictwa przez nowe, tworzone na potrzeby omawianej komunikacji;
- wskazanie zasobu leksykalnego mającego charakter specjalny i nie znajdującego się w opracowaniach ogólnych.

Opis zebranego materiału obejmuje dwie części: słownik oraz analizę jakościową materiału. Słownik ma układ alfabetyczny, odrębną jego część stanowią akronimy. Artykuł hasłowy zawiera następujące składowe: wyraz hasłowy w formie podstawowej, odnotowane formy gramatyczne, znaczenia, informacje na temat kontekstu komunikacyjnego, przykładowe konteksty użycia. Na potrzeby pracy należało rozwiązać problem zapisu wyrazów potwierdzonych wyłącznie w przekazie ustnym oraz dokonać wyboru głównego spośród wielu wariantów. Kierowano się głównie powtarzalnością oraz zbliżeniem do normy. Istotne było także wskazanie pochodzenia wyrazów obcych.

W części analitycznej, opisującej zebrany materiał, skategoryzowano semantycznie, formalnie oraz genetycznie zebrane słownictwo. Wśród kategorii semantycznych wyodrębniono nazwy: narzędzi elektronicznych, spotkań, stanowisk i funkcji, czynności, itp. W ramach tej kategorii zwrócono uwagę także na formalny/gramatyczny charakter zebranego słownictwa. Bardziej złożona i podyktowana charakterem materiału była klasyfikacja genetyczna, uwzględniono w niej kategorie:

- określenia obce syntetyczne prymarne (bezpośrednio, bez zmian przejęte z języka obcego);
- określenia obce syntetyczne pochodne (pochodzące z języka obcego, które w procesie adaptacji uległy przekształceniom, np. ortograficznym, morfologicznym, translatorycznym);
- określenia polskie syntetyczne prymarne (przyjmujące słownictwo genetycznie polskie);
- określenia polskie syntetyczne pochodne (obejmujące zasoby języka polskiego, które w wyniku przejmowania przez kod wspólnotowy były poddane zmianom np. morfologicznym, ortograficznym);
- określenia analityczne¹²⁴;
- akronimy;
- nazwy własne.

¹²⁴ W badaniu są uwzględniane określenia analityczne zróżnicowane etymologicznie: angielskie, angielsko-angielskie, angielsko-polskie, polskie.

Po skategoryzowaniu materiału podjęto próbę opisu tendencji rozwojowych, które zaobserwowano w trakcie badań.

Badając tendencje, zwrócono uwagę na następujące procesy:

- formułowanie wspólnotowych ustaleń normatywnych w zakresie sytemu;
- pogłębianie się specyfiki słownictwa poszczególnych firm;
- wyraźne różnicowanie się kodu mówionego i pisanego;
- zmiany statystyczne użycie zapożyczeń z języka angielskiego;
- wzrastający wpływ procesów strukturyzacyjnych na różnicowanie funkcjonalne kodu wspólnotowego.

Ostatecznie, analizując zebrany materiał, wzięto pod uwagę następujące metody:

- statystykę opisową – podsumowanie zbioru danych i wyciągnięcie pewnych podstawowych wniosków i uogólnień na temat zbioru¹²⁵ (w najmniejszym zakresie);
- analizę tendencji – przewidywanie kierunku ruchu/zmian językowych na podstawie analizy historii i efektów zmian, które wpływają na tendencje;
- analizę czynników wpływających na mechanizm tworzenia innowacji oraz czynników wpływających na pojawienie się innowacji językowych (kontekst komunikacyjny).

W części syntetycznej zamieszczono wnioski sformułowane na podstawie powyższych analiz.

1.5. Stan badań

Poruszane w pracy problemy zostały przedstawione w ramach dwóch zagadnień – determinizmu technologicznego współczesnej komunikacji oraz interferencji językowych¹²⁶. Oba problemy wchodzą w zakres zaprezentowanej wcześniej ekolingwistyki. Większość opracowań na ten temat ma charakter inter- i transdyscyplinarny, ich autorzy omawiają problemy lingwistyczne w kontekście wiedzy o

¹²⁵ A. Hayes, *Descriptive Statistics*, https://www.investopedia.com/terms/d/descriptive_statistics.asp#axzz2DxCoTnMM [dostęp:11.03.2019].

¹²⁶ M. Kita, *Składniki językowego tygła medialnego*, [w:] *Przeobrażenia w języku i komunikacji medialnej na przełomie XX i XXI wieku*, red. M. Karwatowska, A. Siwiec, Lublin 2010, s. 273-283.

nowych mediach oraz o kulturze i społeczeństwie¹²⁷. Interdyscyplinarność i transdyscyplinarność odgrywają obecnie kluczową rolę we współczesnych badaniach naukowych, ponieważ rozszerzają granice nauk, pozwalają spojrzeć na problem z różnych perspektyw, umożliwiając korzystanie z szerszego spektrum narzędzi. To spowodowało, że zainteresowania stanem badań przekroczyły granice wyznaczone w tradycyjnej lingwistyce. Wykorzystano literaturę przedmiotu z zakresu, między innymi, filozofii¹²⁸ i ekolingwistyki. Szczególnie w badaniach ekolingwistycznych sięgano do opracowań wybitnych teoretyków: Einara Haugena¹²⁹, Haraldha Haarmanna¹³⁰, Stanisława Puppla¹³¹, Joanny Junkiert¹³², D. Ochotnej¹³³ i innych. Nawiązano do ich uzgodnień w zakresie interakcji językowych, dominacji i procesów zachodzących w ramach dwóch języków, stopnia skażenia współczesnego języka polskiego.

Ponieważ badana grupa społeczna to wspólnota osób, których podstawowym działaniem jest działanie wirtualne, tworzenie nowych produktów wirtualnych, są to osoby zdeterminowane technologicznie, dlatego ważne były opracowania dotyczące nowych mediów. W rozważaniach wykorzystano podstawowe teorie komunikologiczne wypracowane przez wybitnych teoretyków: M. McLuhana¹³⁴, H. Innisa¹³⁵, D. Bella¹³⁶, E. Griffin¹³⁷.

Komunikacja jest zjawiskiem z pogranicza psychologii, socjologii, kulturoznawstwa, w związku z czym istotne były opracowania z zakresu psychologii komunikacji i socjologii komunikacji, np. Elżbiety Sujak¹³⁸ i Zdzisława Jordanka¹³⁹.

Przyjęta, ze względu na przedmiot badań, perspektywa językoznawcza sprawiła, że szczególnie pomocne były opracowania dotyczące teorii językoznawczych, a mianowicie

¹²⁷ *Oblicza Internetu*, red. M. Sokołowski, Elbląg 2004.

¹²⁸ Ze względu na podstawę badań korzystałem z opracowań M. McLuhana, K. Marksa, które pozwoliły mi odpowiedzieć na pytania z zakresu relacji pomiędzy technologią a kulturą i społeczeństwem.

¹²⁹ E. Haugen, *The Ecology of Language: Essays by Einar Haugen*, Stanford 1972.

¹³⁰ H. Haarmann, *Language in Ethnicity. A View of Basic Ecological Relations*, Berlin 1986.

¹³¹ *Ochrona języków naturalnych*, „Scripta Neophilologica Posnaniensia”, red. S. Puppel...; S. Puppel, *Ecomolan and Ecoprolan (Ecological Monitoring and Ecological Profiling of Natural Languages)*, „Scripta Neophilologica Posnaniensia”, t. 4, *Transkomunikacja II*, Poznań 2012.

¹³² J. Junkiert, *Psychologia w służbie ekologii człowieka: implikacje ekolingwistyczne*, [w:] *Transkomunikacja II*, „Scripta Neophilologica Posnaniensia”, t. 4, Poznań 2012.

¹³³ D. Ochotna, *Struktura komunikatów SMS-owych...*

¹³⁴ M. McLuhan, *Understanding Media...*

¹³⁵ H. A. Innis, *The bias of communications...*

¹³⁶ D. Bell, *The Coming of Post-Industrial Society...*

¹³⁷ E. Griffin, *Podstawy komunikacji społecznej...*

¹³⁸ E. Sujak, *ABC psychologii komunikacji*, Kraków 2006.

¹³⁹ Z. Jordanek, *Psychologiczne i socjologiczne problemy komunikacji*, [w:] *Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty. Współczesne wyzwania komunikacji marketingowej*, red. G. Rosa, A. Smalec, Szczecin 2009.

te opisujące zagadnienia z zakresu językoznawstwa polskiego, terminologii oficjalnej: Stanisława Gajdy¹⁴⁰, kultury języka: J. Miodka¹⁴¹, A. Markowskiego¹⁴², zróżnicowania funkcjonalnego polszczyzny: Jerzego Bartmińskiego¹⁴³, sposobów waloryzacji i oceny aksjologicznej zachowań: J. Puzyniny¹⁴⁴.

Badając procesy komunikacyjne w firmach IT, wykorzystano także opracowania z zakresu językowego obrazu świata: R. Tokarskiego¹⁴⁵, E. Grzelak¹⁴⁶, P. Nowaka¹⁴⁷, R. Zimnego¹⁴⁸ i innych. Było to potrzebne, ponieważ uwzględniając kontekst komunikacyjny oraz słownictwo, które jest używane w danym kontekście, poznajemy jak poprzez to słownictwo kreowany jest świat. Przeanalizowano teorie wartościowania i kategoryzacji, zamieszczone w pracach: J. Puzyniny¹⁴⁹ i J. Bartmińskiego¹⁵⁰, w celu wskazania miejsca kodu korporacji IT w ogólnej polszczyźnie. Uwzględniono także stan badań filologicznych nad komunikacją określonych grup społecznych w nowych mediach (Internecie), m. in. M. Castellsa¹⁵¹, M. Wareckiego¹⁵², B. Skowronek¹⁵³, J. Stasińko¹⁵⁴, J. Grzeni¹⁵⁵, M. Górskiej-Olesińskiej¹⁵⁶ i innych¹⁵⁷.

Badając interferencje językowe, wykorzystano ustalenia: B. Walczaka¹⁵⁸, Małgorzaty Witaszek-Samborskiej¹⁵⁹, B. Dunaja¹⁶⁰, K. Kłosińskiej¹⁶¹. Szczególnie istotne

¹⁴⁰ S. Gajda, *Wprowadzenie do teorii terminu*, Opole 1990.

¹⁴¹ J. Miodek, *O normie językowej*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin 2001.

¹⁴² A. Markowski, *Kultura języka polskiego...*

¹⁴³ *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin 2001.

¹⁴⁴ J. Puzynina, *O znaczeniu wartości*, [w:] *Nazwy wartości. Studia leksykalno-semantyczne*, red. J. Bartmiński i M. Mazurkiewicz-Brzozowska, Lublin 1993.

¹⁴⁵ R. Tokarski, *Konotacja a problemy kategoryzacji*, [w:] *Język a kultura*, nr 20, Wrocław 2008; R. Tokarski, *Słownictwo jako interpretacja świata*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin 2001.

¹⁴⁶ E. Grzelak, *W poszukiwaniach Edenu*, Gniezno 2008; E. Grzelak, *O „prawdach” w czasach postprawdy. Perspektywa komunikologiczna*, Poznań 2019.

¹⁴⁷ P. Nowak, R. Tokarski, *Medialna wizja świata a kreatywność językowa*, [w:] *Kreowanie światów w języku mediów*, red. P. Nowak, R. Tokarski, Lublin 2007.

¹⁴⁸ R. Zimny, *Wartościowanie i magia w języku reklamy*, [w:] *Kreowanie świata w tekstach*, red. A. M. Lewicki, R. Tokarski, Lublin 1995.

¹⁴⁹ J. Puzynina, *O znaczeniu wartości...*

¹⁵⁰ *Językowy obraz świata*, red. J. Bartmiński, Lublin 1999.

¹⁵¹ M. Castells, *Spółczesność sieci*, Warszawa 2007.

¹⁵² M. Warecki, W. Warecki, *Woda z mózgu. Manipulacja w mediach*, Warszawa 2011.

¹⁵³ B. Skowronek, *Współczesne media i nowa sytuacja komunikacyjna*, „Nowa Polszczyzna” 2003, nr 4.

¹⁵⁴ *Język @ multimedia*, red. A. Dytman-Stasińko, J. Stasińko, Wrocław 2005.

¹⁵⁵ J. Grzenia, *Komunikacja językowa w Internecie*, Warszawa 2006.

¹⁵⁶ M. Górskiej-Olesińska, *Słowo w sieci. Elektroniczne dyskursy*, Opole 2009.

¹⁵⁷ Wybór literatury przedmiotu zamieszczono na końcu rozprawy, przywołane powyżej prace znajdują się w wykazie.

¹⁵⁸ B. Walczak, *Przegląd kryteriów poprawności językowej...*

¹⁵⁹ M. Witaszek-Samborska, *Zapózyczenia z różnych języków we współczesnej polszczyźnie: (na podstawie słowników frekwencyjnych)*, t. 20, Poznań 1993.

były prace z zakresu zapożyczeń M. Witaszek-Samborskiej¹⁶², globalizacji języka oraz interferencji językowych B. Walczaka¹⁶³, badania B. Dunaja, dotyczące historii pojawienia się w języku polskim anglicyzmów oraz ich oceny normatywnej¹⁶⁴. Badania wstępne potwierdziły zawarte w literaturze przedmiotu spostrzeżenie, że przejmowanie wyrazów obcych nie zawsze jest świadomym procesem, jednak zawsze towarzyszą mu głosy wyrażające obawę o integralność i odrębność danego języka. Dotyczy to także polszczyzny, która od wieków poszerza swoje zasoby leksykalne, sięgając często do zasobów leksykalnych innych języków.

¹⁶⁰ B. Dunaj, M. Mycałka, *O potrzebnych i niepotrzebnych zapożyczeniach z języka angielskiego*, [w:] *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis*, „Studia Linguistica XII”, 2017.

¹⁶¹ K. Kłosińska, *Formy i normy, czyli poprawna polszczyzna w praktyce*, Warszawa 2014.

¹⁶² M. Witaszek-Samborska, *Zapożyczenia z różnych języków we współczesnej polszczyźnie...*

¹⁶³ B. Walczak, *Język wobec procesów globalizacji*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis” nr 107, „Studia Linguistica” VI, Kraków 2011.

¹⁶⁴ B. Dunaj, M. Mycałka, *O potrzebnych i niepotrzebnych zapożyczeniach z języka angielskiego...*

2. KONTEKST KOMUNIKACYJNY

2.1. Korporacja IT – od terminu do pojęcia

2.1.1. Definicje terminów „korporacja” i „korporacja IT”

Badanie komunikacji międzyludzkiej w ściśle określonym środowisku, którym jest społeczność korporacyjna, szczególnie wykorzystywanego przez nią kodu, wymaga od badacza, by już na wstępie zdefiniował konieczne pojęcia oraz omówił przyjęte w dalszej pracy rozwiązania teoretyczne. Ze względu na specyfikę środowiska istotne jest także ustalenie, jaka jest struktura społeczna badanej wspólnoty, poznanie jej powiązań zewnętrznych oraz mechanizmów funkcjonowania i budowania relacji interpersonalnych.

W celu doprecyzowania znaczenia leksemów omawianych w pracy wykorzystano opracowania leksykograficzne, słowniki analogowe oraz dynamicznie rozwijające się ich wersje internetowe i elektroniczne¹. W trakcie badania potwierdziła się teza, że słowniki internetowe dopuszczają pewną nieprecyzyjność w swoich definicjach, natomiast to ich zakresy leksykalne najlepiej odzwierciedlają szybko zachodzące zmiany we współczesnym języku. Słowniki internetowe natychmiast reagują na potrzeby użytkowników, poszerzając zasoby leksykalne oraz modyfikując znaczenia w ramach już istniejącego zbioru.

Wstępne badania sondażowe wykazały, że zakres działania badanej społeczności sprzyja rozwojowi specjalistycznego języka środowiskowego, który stał się kodem wspólnotowym i jednocześnie narzędziem identyfikacji tożsamościowej członków tej wspólnoty.

Mając na uwadze wysoki stopień profesjonalizacji badanego dyskursu, specyfikę zebranej leksyki oraz rozwiązań, działań opisywanych za pomocą tegoż leksykonu, istotne okazało się zdefiniowanie na wstępie tak podstawowych określeń, jak „pojęcie” i „termin”.

Według *Internetowego słownika języka polskiego PWN*, „termin” – to: „wyraz lub wyrażenie o specjalnym znaczeniu w jakiejś dziedzinie”². *Wielki słownik języka polskiego PAN [internetowy]* podaje niemal identyczne znaczenie tego słowa: „wyraz lub połączenie

¹ Wersja internetowa jest to wersja słownika, która całkowicie zrealizowana w oparciu o portal internetowy i nie stanowi odrębnego pliku. Wersja elektroniczna zaś to jest wersja słownika lub innego dokumentu w formie jednolitego pliku, innymi słowy to może być np. e-book.

² *Internetowy słownik języka polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/sjp/termin;2577970.html> [dostęp 31.10.2020].

wyrazów o specjalnym znaczeniu nadanym mu w jakiejś dziedzinie”³. Etymologia leksemu „termin” sięga angielskiego słowa „term” i francuskiego „terme”, a te z kolei odwołują się do łacińskiego „terminus” – ‘granica’, ‘ograniczenie’, ‘koniec’, co w średniowiecznej łacinie również znaczyło – ‘słowo’, ‘konwencja’. Anglojęzyczne źródła, podając różne znaczenia wyrazu „term”, uwzględniają, że jest to: „a name, expression, or word used for some particular thing, especially in a specialized field of knowledge”⁴ albo „a word or group of words designating something, especially in a particular field, as atom in physics, quietism in theology [...]”⁵, czyli podstawowa, ogólna definicja angielskiego leksemu „term” pokrywa się z definicją polskiego leksemu „termin”. Nie jest to zaskoczeniem, gdyż kody naukowy i profesjonalny mają charakter globalny, a leksem „termin” jest definiowany właśnie na potrzeby tego typu dyskursu. Na podstawie powyższych rozważań uznano, że użycie w tej rozprawie określenia „termin” jest uzasadnione, dotyczy utrwalonych, specyficznie definiowanych leksemów wykorzystywanych w badanym dyskursie wspólnotowym. Jest to również zgodne z tezą S. Gajdy, który uznał, iż termin to „jednostka leksykalna spełniająca funkcję znaku profesjonalnego pojęcia”⁶, a zebrane w ramach badań jednostki leksykalne, w większości przypadków, spełniają tę funkcję.

Dla dalszych rozważań równie istotne jest zdefiniowanie leksemu „korporacja”, zawartego w tytule i wyznaczającego zakres badań. Jest to leksem, który coraz powszechniej wykorzystywany jest w komunikacji codziennej, w różnych kontekstach, np. „praca w korporacji”, „ta firemka, to już wielkie korpo”⁷. Często leksem ten ma nacechowanie negatywne, służy opisowi niefortunnych relacji interpersonalnych: „korporacja zabija kreatywność”, „w korporacji często udaje się, że coś się robi”, „praca w korporacji doprowadziła do wypalenia zawodowego”. W wersji neutralnej pojawia się rzadziej, głównie w przekazach specjalistycznych, np. ekonomicznych, administracyjnych, prawnych: „projekt realizowany przez korporację XYZ”, „konstrukcja prawna korporacji”.

³ *Wielki słownik języka polskiego PAN*,

https://www.wsjp.pl/index.php?id_hasla=23882&id_znaczenia=2315724&l=25&ind=0 [dostęp 31.10.2020].

⁴ *English digital dictionary*, <https://www.dictionary.com/browse/term> [dostęp 31.10.2020]; z ang. „Nazwa, wyrażenie lub słowo użyte w odniesieniu do jakiejś konkretnej rzeczy, zwłaszcza w wyspecjalizowanej dziedzinie wiedzy” [tłumaczenie własne].

⁵ *English digital dictionary*, <https://www.dictionary.com/browse/term> [dostęp 31.10.2020]; z ang. „Słowo lub grupa słów oznaczająca coś, szczególnie w określonej dziedzinie, np. atom w fizyce, kwietyzm w teologii” [tłumaczenie własne].

⁶ S. Gajda, *Wprowadzenie do teorii terminu...*, s. 38.

⁷ Cytowane fragmenty wypowiedzi i przekazów pochodzą z własnego materiału, zebranego na podstawie obserwacji uczestniczącej podczas badań, ankiet oraz wypowiedzi i debat na portalach społecznościowych wraz z zachowaniem pisowni oryginalnej, w związku z czym w dalszej części pracy nie będzie podawane ich źródło.

W tego typu źródłach określenie „korporacja” jest postrzegane jako termin, typowy dla wspólnotowego dyskursu profesjonalnego. Co zatem oznacza termin „korporacja”? Czy definicja słownikowa w pełni odzwierciedla jego realne, także potoczne, współczesne znaczenie i rozumienie? Etymologicznie, współczesne polskie określenie „korporacja” pochodzi z języka angielskiego: „corporation”, a właściwie amerykańskiego angielskiego⁸ oraz francuskiego⁹: „corporation” – ‘zrzeszenie’, ‘zbiorowa osoba prawna’. Jego korzenie można odnaleźć w języku średnioangielskim, gdyż słowo to funkcjonowało już w czasach pomiędzy inwazją normańską w roku 1066 a połową XV wieku¹⁰. Wyraz ten był notowany także w języku łacińskim: „corporātus” – ‘uformować się w całość’, „corporatio” – ‘łączenie się’¹¹, ‘związek’, ‘połączenie części’ i „corporare” – ‘ucieleśnić’ < corpus ‘ciało’, w średniowiecznej łacinie jako „corporatio” – ‘związek’, ‘połączenie różnych części’¹². Z łaciny przeniknął do średnioangielskiego jako „corporāten” – ‘włączenie’ lub ‘przyswojenie czegoś’¹³, a dalej do współczesnego angielskiego, także jego amerykańskiej odmiany i do języka polskiego.

W najszerszym znaczeniu, zgodnym z etymologią, leksem „korporacja” oznacza ‘stowarzyszenie, zrzeszenie, połączenie się w konkretnym wspólnym celu’. Natomiast definicje w opracowaniach leksykograficznych doprecyzowują ogólne znaczenie etymologiczne, na przykład *Internetowy słownik języka polskiego PWN* zwraca uwagę na cel działania korporacji i jej charakter ekonomiczny: „zrzeszenie osób mające na celu realizację określonych zadań”¹⁴ oraz „spółka kapitałowa oparta na kapitale złożonym z udziałów”¹⁵. *Wielki słownik języka polskiego PAN [internetowy]* podkreśla złożoność strukturalną korporacji: „duża firma lub grupa powiązanych ze sobą firm objętych wspólnym zarządem”¹⁶. Jedną z najbardziej adekwatnych definicji notuje słownik internetowy www.dobryslownik.pl:

⁸ W. Kopaliński, *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem*, Warszawa 2005, s. 278.

⁹ *Uniwersalny słownik języka polskiego*, red. S. Dubisz, t. 2, Warszawa 2003, s. 254.

¹⁰ L. Mastin, *The history of English*, https://www.thehistoryofenglish.com/history_middle.html [dostęp 31.10.2020].

¹¹ M. Jarosz, *Słownik wyrazów obcych...*, s. 410.

¹² *Słownik języka polskiego*, red. W. Doroszewski, t. 3, Warszawa 1961, s. 1023.

¹³ *English digital dictionary*, <https://www.dictionary.com/browse/corporate> [dostęp 31.10.2020].

¹⁴ *Internetowy słownik języka polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/korporacja.html> [dostęp 21.11.2020].

¹⁵ *Internetowy słownik języka polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/korporacja.html> [dostęp 21.11.2020].

¹⁶ *Wielki słownik języka polskiego PAN*, https://www.wsjp.pl/index.php?id_hasla=7126&id_znaczenia=2436667&l=13 [dostęp 21.11.2020].

bardzo duże przedsiębiorstwo, często międzynarodowe, w którym duże znaczenie ma organizacja pracy, procedury, relacja podporządkowania, pozioma struktura i anonimowość [...] budzi duże emocje, dla niektórych praca [w korporacji] jest niemal współczesną formą niewolnictwa, dla innych – rozwojem, poznawaniem ludzi, doksztalceniem się, uczeniem się kultury pracy, wyjazdami zagranicznymi¹⁷.

Jest to definicja odwołująca się także do potocznego i kontekstowego rozumienia słowa „korporacja”, wskazuje na nacechowanie badanego leksemu, jego niejednoznaczność semantyczną oraz złożoność konotacyjną. Podkreśla także bardzo zróżnicowane postrzeganie korporacji przez samych członków danej społeczności, co wpływa na jej językowy obraz oraz formuje zróżnicowane konotacje tekstologiczne. Z jednej strony są to pozytywne odniesienia do kontaktów interpersonalnych oraz stymulacji rozwoju osobistego, z drugiej do niefortunnych relacji interpersonalnych, opartych na wykorzystywaniu innych, ich niedocenianiu, obniżaniu samooceny, eliminowaniu słabych jednostek. Ta definicja jest bliższa postrzeganiu określenia „korporacja” jako pojęcia niż terminu.

Analizując tradycyjne słowniki drukowane, można prześledzić modyfikacje semantyczne badanego określenia. W *Słowniku języka polskiego* pod red. W. Doroszewskiego, w 1961 r., zaproponowano następującą definicję: „związek pewnej liczby osób; stowarzyszenie, organizacja”¹⁸. Jest to zgodne z wcześniejszym zapisem w *Słowniku ilustrowanym języka polskiego* M. Arcta z roku 1916: „zrzeszenie ludzi jednego zajęcia; stowarzyszenie, zgromadzenie”¹⁹. Nowsze słowniki, powstałe po roku 2000, w swoich definicjach przypominają o uwarunkowaniach ekonomicznych korporacji, wspominają o osobowości prawnej, działalności gospodarczej, utożsamiają korporację z firmą, na przykład:

- związek osób, mających osobowość prawną lub przedsiębiorstw powołanych do wspólnego wykonania zadania, forma działalności gospodarczej dużych przedsiębiorstw albo spółka akcyjna²⁰;
- związek, zrzeszenie firm, organizacja uznana za osobę prawną, realizująca wspólne dla jej członków cele społeczne, polityczne lub ekonomiczne albo grupa, spółka

¹⁷ *Korporacja*, <https://dobryslownik.pl/slowo/korporacja/22882/> [dostęp 21.11.2020].

¹⁸ *Słownik języka polskiego*, red. W. Doroszewski, t. 3, Warszawa 1961, s. 1023.

¹⁹ M. Arct, *Słownik ilustrowany języka polskiego*, t. 1, Warszawa 1916, s. 274.

²⁰ M. Jarosz, *Słownik wyrazów obcych...*, s. 410.

przedsiębiorstw, także o charakterze międzynarodowym, pozostających faktycznie pod jednym zarządem²¹;

- spółka kapitałowa, oparta na kapitale złożonym z udziałów, stowarzyszenie, związek, zrzeszenie mające zwykle osobowość prawną, którego zadaniem jest realizacja określonych wspólnych zadań²².

W definicjach tych pojawia się nowe określenie – „firma”, definiowane następująco: „miano handlu, przedsiębiorstwa, jego urzędowa nazwa, złożona z nazwiska właściciela albo z obranego godła”²³. Podstawową różnicą semantyczną między „firmą” a „korporacją” jest skala ich działania oraz stabilność rynkowa. W przypadku firmy, istnieje większe ryzyko upadłości, jej działania mają mniejszy zasięg ekonomiczny. Wskazane wyżej modyfikacje semantyczne wynikają ze zmian ustrojowych, są też konsekwencją rozwoju gospodarki wolnorynkowej w Polsce. Jest to zgodne z teorią językowego obrazu świata, według której wszelkie zmiany zewnętrzne (społeczne, zmiany otoczenia języka) znajdują swoje odzwierciedlenie w języku²⁴. Znajduje to potwierdzenie w innych słownikach²⁵, w których odnotowano kierunki zmian i procesów w zakresie neosemantyzacji badanego leksemu. W wielu nowszych słownikach potwierdzono tendencję narastania różnic między dawnym a współczesnym rozumieniem słowa „korporacja”. Jedno ze znaczeń kategoryzowano jako przestarzałe/dawne, inne jako aktualne, współczesne. W *Słowniku wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych* W. Kopalińskiego z 2005 r. określenie „korporacja” jako: „stowarzyszenie, organizacja (zawodowa), zazwyczaj posiadająca osobowość prawną”²⁶ uważane jest za przestarzałe. Tę samą tendencję można zaobserwować w *Praktycznym słowniku współczesnej polszczyzny* (PSWP) pod red. H. Zgólkowej: „stowarzyszenie osób uznane przez prawo za osobę prawną, działające na podstawie statutu i realizujące określone cele społeczne, polityczne

²¹ *Słownik współczesnego języka polskiego*, red. B. Dunaj, Kraków 2000, s. 281.

²² *Uniwersalny słownik języka polskiego*, red. S. Dubisz, t 2, Warszawa 2003, s. 254.

²³ M. Arct, *Słownik ilustrowany języka polskiego...*, s. 147.

²⁴ Przykładem zmiany społecznej, która odzwierciedla się w języku, jest natłok informacji, duża ilość źródeł informacji we współczesnym życiu, która spowodowała, że społeczeństwo nie jest w stanie czytać długiego tekstu i komunikatów, co spowodowało m.in. tendencję czy skracania wypowiedzi czy zanik czasu zaprzeszłego, zob. K. Rudnicka, *Język zwierciadłem zmian społecznych*, <https://ug.edu.pl/news/pl/3519/dr-karolina-rudnicka-jezyk-zwierciadlem-zmian-spoecznych-cykl-mlodzi-naukowcy-ug> [dostęp 01.07.2022]; E. Tabakowska, *Gramatyka i obrazowanie. Wprowadzenie do językoznawstwa kognitywnego*, Kraków 1995, s. 5-13.

²⁵ M. Jarosz, *Słownik wyrazów obcych...*, s. 410; *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, red. H. Zgólkowa, t. 17, Poznań 1994-2005.

²⁶ W. Kopaliński, *Słownik wyrazów obcych...*, s. 278-279.

lub ekonomiczne²⁷, tę definicję opatrzone kwalifikatorem: „rzadkie”. Określenie „korporacja” jako identyfikator stowarzyszenia studenckiego uznawane jest także w większości słowników za średniowieczne²⁸ lub dawne²⁹. Adekwatnymi definicjami dla zakresu prowadzonych na potrzeby tej dysertacji badań są definicje oddające aktualne rozumienie terminu „korporacja”: „wielkie, rozgałęzione przedsiębiorstwo, spółka akcyjna przemysłowa albo handlowa, zwłaszcza amerykańska³⁰ lub „spółka kapitałowa prowadząca działalność gospodarczą na wielką skalę, dysponująca znaczną siłą ekonomiczną³¹. Wraz z wzrastającą frekwencją użycie terminu „korporacja” w komunikacji codziennej postępuje proces jego doprecyzowywania poprzez jego dookreślanie, np. korporacja wielonarodowa, międzynarodowa czy transnarodowa. Ich definicja jest niezmienna:

przedsiębiorstwo, firma międzynarodowa prowadząca działalność gospodarczą w co najmniej dwóch krajach i tworząca zintegrowany system międzynarodowych powiązań gospodarczych o wspólnej strategii. Dysponuje nowoczesnymi produktami i technologiami, znaczną mobilnością posiadanych i kontrolowanych kapitałów³².

Przytoczone tradycyjne, analogowe opracowania leksykograficzne liczą co najmniej 15 lat, w związku z tym można założyć, że doszło już do kolejnej ewolucji znaczenia, co potwierdzają przytoczone wcześniej leksykony elektroniczne/internetowe³³.

Przeanalizowanie polskojęzycznych źródeł słownikowych w perspektywie czasowej pokazuje, jak definicja tego terminu ewoluuje, zbliżając się znaczeniowo do definicji amerykańskiej (angielskojęzycznej). Dla dokładniejszego zrozumienia warto tutaj omówić znaczenia wzajemnie powiązanych terminów w języku angielskim (amerykańskim). Chodzi o relację między terminami: *organization* (pol. organizacja), *company* (pol. firma), *corporation* (pol. korporacja), *firm* (pol. firma).

Relacje i miejsce korporacji w ogólnej strukturze organizacji ekonomicznych³⁴ obrazuje poniższe zestawienie:

²⁷ *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, red. H. Zgólkowa, t. 17, Poznań 1994-2005, s. 341.

²⁸ W. Kopaliński, *Słownik wyrazów obcych...*, s. 278-279.

²⁹ M. Jarosz, *Słownik wyrazów obcych...*, s. 410.

³⁰ W. Kopaliński, *Słownik wyrazów obcych...*, s. 278-279.

³¹ *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, red. H. Zgólkowa, t. 17, Poznań 1994-2005, s. 341.

³² *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny...*, s. 341.

³³ Wyjątkiem jest *Wielki słownik języka polskiego PAN*, <https://www.wsjp.pl>, który podaje jeszcze tradycyjną definicję.

- Industry
 - **Organization**
 - **Company** – profit organization (business)
 - **Corporation**
 - Public Limited (Ltd)
 - Private Limited
 - Incorporated (Inc.)³⁵
 - Agency
 - Trust company³⁶
 - **Firm**
 - Partnership³⁷
 - Limited Liability Company (LLC)³⁸
 - Non-profit organization
 - Foundation
 - Charity³⁹.

Z powyższego schematu można wyciągnąć wniosek, że firma i korporacja są organizacjami biznesowymi nastawionymi na dochód. Różnią się między sobą formą prawną, rodzajem partnerstwa. Jest to zgodne z najnowszymi definicjami terminu „korporacja”.

Dla dalszych analiz istotny jest fakt, że w słownikach internetowych języka polskiego często spotykana jest forma potoczna – „korpo” oznaczająca korporację, natomiast w słownikach języka angielskiego, odpowiednika formy potocznej – „corpo” lub innego skrótu w trakcie badań nie odnotowano, możliwe, że istnieje tylko w formie mówionej. Skrócona forma terminu występuje w komunikacji niespecjalistycznej, codziennej lub środowiskowej, kontekst użycia tego słowa często wskazuje na jego pozytywne lub negatywne nacechowanie. Rzadziej ta forma ma charakter neutralny, profesjonalny, czyli nie pełni funkcji terminu. Forma ta przypomina jednak, że leksem

³⁴ *What is the difference between a company, organization, industry, firm, corporation and business?* <https://ell.stackexchange.com/questions/61071/what-is-the-difference-between-a-company-organisation-industry-firm-corporat> [dostęp 31.10.2020].

³⁵ Odpowiednik w polskim systemie prawnym „Spółka Akcyjna” [tłumaczenie własne].

³⁶ Z ang. „Spółka powiernicza” [tłumaczenie własne] (nie istnieje w polskim systemie prawnym).

³⁷ Odpowiednik w polskim systemie prawnym „Spółka Komandytowa” [tłumaczenie własne].

³⁸ Odpowiednik w polskim systemie prawnym „Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością” [tłumaczenie własne].

³⁹ Z ang. „Organizacja charytatywna” [tłumaczenie własne].

„korporacja” ma nie tylko specjalistyczny, terminologiczny charakter, jest też pojęciem o rozbudowanych konotacjach, a nawet nazwą wartości, coraz częściej negatywnej.

Ponieważ przedmiotem analiz jest kod obsługujący dyskurs, służący komunikacji w korporacjach IT, istotne dla badań było sprecyzowanie znaczenia określenia „korporacja IT”, szczególnie dookreślenia „IT”. Za korporacje IT uznawane są organizacje specjalizujące się w branży operującej informacją i technologiami informacyjnymi. *Wielki słownik skrótów i skrótowców* pod red. P. Müldnera-Nieckowskiego, tłumaczy akronim „IT” w bardzo prosty sposób: „IT – ang. information technology, technologia obsługi informacji”⁴⁰. Ta definicja różni się nieco od podanej w *Słowniku wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych* pod red. W. Kopalińskiego. Według tego źródła, „IT” to akronim, pochodzący z języka angielskiego, równoznaczny z terminem „telematyka”⁴¹. Z kolei leksem „telematyka” – z fr. *telematique*, jest definiowany jako „połączenie technologii obliczeniowej z technologią komunikacyjną (z łącznością)”⁴². Te definicje nawiązują jeszcze do stanu wiedzy, według którego komputery były maszynami liczącymi, a komunikacja wirtualna dopiero się rozwijała. Mając na uwadze wyjaśnione wyżej znaczenie terminu „korporacja” oraz współczesne rozumienie akronimu „IT”, można przyjąć, że „korporacja IT” jest nowoczesną firmą, działającą w obszarze technologii informacyjnych i komunikacyjnych, w której funkcjonują specyficzne relacje między pracownikami, obowiązuje odmienna struktura organizacyjna i właściwe tej korporacji zasady realizacji zadań. Za pojęcie równoznaczne można przyjąć też pojęcie „firma IT”. W dalszej części pracy termin „korporacja IT” będzie używany zgodnie ze wskazaną wyżej rozbudowaną definicją.

2.1.2. Konotacje pojęcia „korporacja IT”

Obecne znaczenie semantyczne leksemu „korporacja” i jego konotacje tekstologiczne z tym związane nieco się różnią od definicji słownikowych, które nie nadążają z uwzględnianiem tak szybko zachodzących zmian. Badania oraz analiza tekstologiczna wybranych źródeł pokazały, że respondenci, mówiąc o korporacji, najczęściej nie mieli na myśli spółki akcyjnej, a po prostu specyficzne miejsce pracy. Tym

⁴⁰ *Wielki słownik skrótów i skrótowców*, red. P. Müldner-Nieckowski, Wrocław 2007, s. 605.

⁴¹ W. Kopaliński, *Słownik wyrazów obcych...*, s. 237.

⁴² W. Kopaliński, *Słownik wyrazów obcych...*, s. 237.

mianem określano głównie ogół (zbiór) relacji i zachowań wewnątrzfirmowych, sposób postrzegania pracownika jako elementu systemu, organizację jego codziennej pracy, procedury i wykonywane czynności. To sprawia, że termin „korporacja” pogłębia i poszerza w procesie komunikacji swój zakres znaczeniowy i powoli przekształca się w pojęcie, które opisuje konkretne zachowania i relacje międzypracownicze we współczesnych przedsiębiorstwach określonej branży, na przykład informatycznej, marketingowej, consultingowej itd.

Rozumienie terminu „korporacja” oraz pojęcia „korporacja” jest częściowo tożsame, definicja leksykalna wskazuje jako wspólną jedną z neutralnych konotacji pojęcia – duża firma nastawiona na zysk.

Pojęcie jest podstawowym narzędziem obrazowania świata. Leksem „pojęcie”, jest definiowany jako „świadomościowy odpowiednik nazwy istniejący w rzeczywistości lub w systemach filozoficznych, ogarnięcie czegoś rozumem albo zdanie o kimś lub czymś”⁴³, także „objęcie myślą, umysłem, zrozumieniem”⁴⁴. Pojęcie nie jest wyłącznie znakiem językowym o funkcji desygnacyjnej lub denotacyjnej, którego znaczenie ogranicza się do znaczenia leksykalnego, etymologicznego lub kontekstowego. Pojęcie zatem to nazwa o pełnym zakresie treści, które obejmują zarówno informacje konceptualizowane, jak i werbalizowane. Z perspektywy filologicznej pojęcie opisuje w swoich opracowaniach Anna Wierzbicka, która stwierdza, że: „pojęcia w języku naturalnym są w pewnym sensie nieostre, nie oznacza to jednak, że nieostre powinny być również ich definicje”⁴⁵, w tym opisie koncentruje się ona na aspekcie semantycznym pojęcia. Badaczka wyróżnia trzy typy pojęć: uniwersalne, specyficzne dla poszczególnej kultury narodowej oraz pośrednie. Uniwersalne są znane wszystkim grupom językowym, specyficzne są właściwe dla jednej grupy ludzi, która często jest wspólnotą językową i odzwierciedlają jej wyjątkowe doświadczenie kulturowe. Pojęcia pośrednie zaś są odbiciem wzajemnych kontaktów, funkcjonują w oparciu o wspólne doświadczenie oraz przekraczają granice kultur⁴⁶. Ponieważ jednym z aspektów interpretacyjnych pojęcia jest jego aspekt kulturowy, a następnie aspekt interpretacyjny, wynikający z analizy tekstów, których autorami są członkowie określonej wspólnoty komunikacyjnej, można sformułować tezę, że wśród pojęć kreujących dla danej wspólnoty komunikatywnej typowy obraz świata znajdują się

⁴³ *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, red. H. Zgólkowa, t. 30, Poznań 1994–2005, s. 98.

⁴⁴ M. Arct, *Słownik ilustrowany języka polskiego...*

⁴⁵ A. Wierzbicka, *Język – umysł – kultura: wybór prac*, red. J. Bartmiński, Warszawa 1999, s. 46.

⁴⁶ A. Wierzbicka, *Język – umysł – kultura...*, s. 450.

te, które wytworzyła dana wspólnota, a także pojęcia, które zostały przejęte przez nią wraz z nowymi desygnatami, czyli pojęcia pośrednie. Wśród pojęć wytworzonych przez wspólnotę znajdują się te, które powstały w odpowiedzi na jej wewnątrzwspólnotowe potrzeby komunikacyjne, czyli pojęcia specyficzne, oraz pojęcia uniwersalne, czyli te, które są wspólne dla różnych grup. Pojęcia pośrednie są wynikiem procesów interferencyjnych, a ich zapożyczenie nie jest nigdy aktem jednorazowym lub zamkniętym. W pierwszej fazie przejmowany jest desygnat, potem jego określenie, później kształtuje się jego pojęcie; jest ono efektem narastania informacji kulturowych. Pojęciami pośrednimi są także te, które powstały równolegle w wielu wspólnotach, ale ich konceptualizacja w każdej z tych wspólnot jest częściowo różna.

Korporacja nie jest wyłącznie obiektem rzeczywistości wewnątrzwspólnotowej, dlatego nie jest oznaczana pojęciem specyficznym. Biorąc pod uwagę powszechność tego znaku kultury, można przyjąć, że jego określenie wraz z przynależną mu treścią należy do grupy pojęć, które przenikają z jednej wspólnoty do innej. Świadomość relatywności kulturowej tego obiektu oraz jego znaku językowego pozwala przypuszczać, że treść nazw „korporacja”, szczególnie „korporacja IT” może jednak nie mieć charakteru uniwersalnego. By ustalić stopień uniwersalności badanego pojęcia, należy odtworzyć profile pojęciowe typowe dla „korporacji IT” oraz zadać pytanie, które z tych profili mają charakter uniwersalny, a które specyficzny lub pośredni.

Termin „konotacja” ma także definicję niejednoznaczną (nieostrą), tłumaczony jest w *Słowniku języka polskiego* pod red. W. Doroszewskiego, jako „współoznaczenie, w którym oznaczone zostają zespoły cech wtórnie kojarzących się z podstawowym znaczeniem danego wyrazu przez użytkowników danego języka”⁴⁷. Witold Lipski zauważa, że „konotacja” to dodatkowa treść sygnalizowana kontekstowo; według niego, jeżeli „jest znaczące użycie jakiegoś wyrażenia obcojęzycznego w tekście, wtedy chodzi nie o samo znaczenie tego wyrażenia, ale o dodatkową treść, wynikającą z faktu jego użycia”⁴⁸. Jest to zgodne z teorią konotacji semantycznej. R. Tokarski uszczegółowił tę koncepcję, mianowicie zwrócił uwagę, że – upraszczając – jest to treść odpowiadająca nazwie pojęcia. W swoich badaniach podkreśla jednak, że:

⁴⁷ *Słownik języka polskiego*, red. W. Doroszewski, Warszawa 1997 [wersja elektroniczna].

⁴⁸ W. Lipski, *Wieloznaczność rozumienia terminu „konotacja” i jego aplikatywność w badaniach nad zaburzeniami mowy*, „Logopedia Silesiana” 2017, nr 6, s. 59.

w semantycznym obrazie słowa pewien zespół cech nasuwa się na myśl od razu, jest bez trudu rozpoznawany przez użytkowników języka. Tworzy znaczeniowe jądro słowa. Natomiast inne cechy są nie tylko rzadsze, trudniej odtwarzalne w opisie, ale także ich aktualizacja wymaga przywoływania specyficznych kontekstów słownych. Te elementy „drugiego planu semantycznego”, właśnie konotacje semantyczne, tworzą fakultatywną otoczkę pojęciowego rdzenia – znaczenia leksykalnego⁴⁹.

Badacz uznaje semantyczną konotację słów, obok gramatyki, za jedno z narzędzi opisu obrazu świata. Według E. Grzelak konotacja jest dopełniającą treścią słowa, co tworzy jego znaczeniowy komponent intelektualny (poziom semantyczny)⁵⁰. Struktura semantyczna według R. Tokarskiego jest szczególnym przypadkiem wyjściowej struktury konceptualnej. Badacz sam rozróżnia dwa typy profilowania: kulturowe i tekstowe. W wyniku profilowania kulturowego powstają całościowe skonwencjonalizowane kulturowo modele pojęciowe, które zawierają twarde jądro znaczeniowe usytuowane w centrum ramy oraz oddalające się od centrum konotacje. Rama ma otwartą strukturę i jest logicznie uporządkowana. Profilowanie tekstowe zachodzi każdorazowo we wskazanym tekście i jest konsekwencją wyboru określonej opcji semantycznej. Różne użycia słów podświetlają różne składniki utrwalone w całościowej ramie pojęciowej, niekiedy je także przetwarzają⁵¹. By odpowiedzieć na pytanie, czy „korporacja IT” jest pojęciem uniwersalnym czy pośrednim, należy odtworzyć obowiązujący w danej wspólnocie komunikacyjnej skonwencjonalizowany kulturowo model pojęciowy „korporacji IT”. Model ten będzie wynikiem profilowania kulturowego oraz tekstotwórczego.

O konotacjach pojęć „korporacja” i „korporacja IT” decydują kontekst użycia oraz kontekst kulturowy, szczególnie istotne jest zakorzenienie kulturowe. Jak wspomina A. Wierzbicka w swojej pracy *Słowa klucze. Różne języki – różne kultury* znaczenia poszczególnych słów z różnych języków nie przystają do siebie, odzwierciedlają określony sposób myślenia, charakterystyczny dla danej wspólnoty językowej. Słowa nazywające zdeterminowane kulturowo kategorie pojęciowe kształtują określony sposób myślenia, w nich zakodowane przeszłe doświadczenie społeczeństwa, odnoszące się do strefy działania, jak i do charakterystycznego sposobu myślenia, służą również do utrwalania tych doświadczeń⁵². A. Wierzbicka wzmacnia tę tezę, stwierdzając, że: „polska *wolność* jest

⁴⁹ R. Tokarski, *Konotacja a problemy kategoryzacji...*, s. 144.

⁵⁰ E. Grzelak, *W poszukiwaniach Edenu...*, s. 19.

⁵¹ R. Tokarski, *Kulturowe i tekstotwórcze aspekty profilowania*, [w:] J. Bartmiński, R. Tokarski, *Profilowanie w języku i tekście*, Lublin 1998, s. 37.

⁵² A. Wierzbicka, *Słowa klucze. Różne języki – różne kultury*, Warszawa 2007, s. 20-23.

inna niż angielskie *freedom*, które z kolei różni się od łacińskiej *libertas* czy rosyjskiej *svobody*”⁵³.

Bazując na opracowaniach J. Bartmińskiego, R. Tokarskiego, R. Grzegorzczkovej i E. Grzelak, można sformułować tezę, że językowy obraz świata jest w pewnym sensie relacją między językiem a rzeczywistością. Zgodnie z badaniami R. Grzegorzczkovej jednocześnie jest strukturą pojęciową utrwaloną w systemie danego języka, interpretacją rzeczywistości zawartą w języku, różnie zwerbalizowaną i ujmowaną w postaci sądów o rzeczywistości⁵⁴, a także zbiorem prawidłowości, zawartych w związkach gramatycznych i strukturach leksyki, pokazujących różne sposoby widzenia i rozumienia świata⁵⁵. By zdefiniować, przez to poznać, językowy obraz świata tego fragmentu rzeczywistości, który zwany jest „korporacją IT”, należy posłużyć się profilowaniem pojęcia. Profilowanie, według kognitywistów, to podświetlanie w ramach istniejącej bazy ważnych elementów pojęciowych i usuwanie w cień elementów drugorzędnych, czyli tworzenie ramy pojęciowej. Profilowanie jest rozszerzeniem opisu znaczenia o elementy, konotacje, które nie mieszczą się w jego bezpośrednim zakresie terminologicznym poprzez ujęcie obrazu przedmiotu w określonych aspektach, takich jak np. pochodzenie, cechy, wygląd, funkcje⁵⁶. Na podstawie konotacji i procesu profilowania można stworzyć model pojęciowy, który będzie odzwierciedlał społeczno-potoczne widzenie korporacji IT.

Model pojęciowy wyrażenia „korporacja IT”

W trakcie badań sondażowych ustalono, że pojęcie „korporacja IT” ma konotacje neutralne, najczęściej specjalistyczne oraz potoczne nacechowane negatywnie lub dodatnio. Pozytywne konotacje nawiązują do działań biznesowych, ekonomicznych korporacji, szans rozwoju, które daje praca w niej. Obok tych opisów pojawiają się teksty, w których wykorzystywane są określenia: *kopoludki*, *mordor*, *kieras w korpo*, *korposzczury*. Pierwsze mają charakter żartobliwy i mogą pojawiać się w kontekście nacechowanym pozytywnie, choć odnoszą się do negatywnych opinii na temat korporacji. Ostatnie dwa przypominają o ciężkiej pracy, weryfikacji osiągnięć, rywalizacji wewnątrz

⁵³ A. Wierzbicka, *Słowa klucze...*, s. 27.

⁵⁴ *Językowy obraz świata*, red. J. Bartmiński, Lublin 1999.

⁵⁵ E. Grzelak, *W poszukiwaniach Edenu...*, s. 18.

⁵⁶ E. Grzelak, *W poszukiwaniach Edenu...*, s. 22.

organizacji, bezwzględny dążeniu do celu. Dowodzą one, jak odmiennie postrzegana może być korporacja, szczególnie korporacja IT.

A. Korporacja IT jako firma ekonomiczna o specyficznej formie działalności biznesowej

A.1. Przedsiębiorstwo ekonomiczne nastawione na zysk

Doświadczenie społeczne i zasady ekonomiczne ukształtowały pojęcie „korporacji” w języku polskim wraz ze wszystkimi powiązаныmi konotacjami, które nieco się różnią od tego samego pojęcia, np. w języku angielskim, z którego najprawdopodobniej zostało zapożyczony. Korporacja jest dużym przedsiębiorstwem, gdyż jest nastawiona na zysk, nie jest organizacją non-profit. Jest tak rozbudowana, by poprzez działanie masowe jej produkcja stała się tańsza i bardziej konkurencyjna: „[...] ten rynek jest tak zapchany chińską tandetą, że w głowie się nie mieści”, „[...] branża opanowana przez korporacje zagraniczne dbające o swoje interesy, a polska firma nie ma szans się przebić cenowo”. Korporacja IT to także duże przedsiębiorstwo nastawione na produkcję masową o wymiarze globalnym, przedsiębiorstwo, które powinno przynosić znaczące zyski, najczęściej wynikające z powszechnego zapotrzebowania na produkty firmy. W Polsce „korporacją IT” nazywane są także mniejsze firmy produkujące narzędzia informatyczne, jednak podobnie jak korporacje są one nastawione na duży zysk, co potwierdza historia ekonomiczna kilku startupów. Różni je tylko odporność na kryzys⁵⁷. Postrzeganie korporacji IT jako generatora zysku, bezwzględnego działacza na rynku biznesowym potwierdzają poniższe przykłady użycie tego leksemu, zarówno w odniesieniu do niewielkich i średnich firm, jak i dużych producentów, np.:

Pomimo, że rzuciliśmy wyzwanie Googlowi, to my lepiej znamy polski rynek, mamy lojalną społeczność i musimy to wykorzystać.

⁵⁷ Przykładem jest kryzys energetyczny, który nastąpił w wyniku pandemii COVID 19 oraz wojny Rosji w Ukrainie, zagroził również dużym korporacjom w postaci ograniczeń w dostawach energii, przestojami produkcji, zawieszeniem działalności albo nawet upadłości niektórych zakładów (zawieszenie niektórych zakładów koncernów Apple i Tesla w Chinach czy wstrzymanie produkcji samochodów w fabrykach Volkswagen w 2022 r., masowe zwalnianie pracowników w Google, Facebook, Twitter, PayPal na początku 2023 r.): *Czy mamy już światowy kryzys energetyczny? I czym nam to grozi?*, <https://polskiemarki.info/aktualnosci/czy-mamy-kryzys-energetyczny/> [dostęp: 04.06.2022]; *Volkswagen wstrzymuje pracę w dwóch polskich zakładach*, <https://businessinsider.com.pl/motoryzacja/volkswagen-wstrzymuje-prace-w-dwoch-polskich-zakladach/zpxphbt> [dostęp 25.09.2022].

Rzuciliśmy na rynek darmową appkę, stworzyliśmy największą społeczność kierowców w Polsce, teraz żaden googlowy Waze czy Rysiek nie są w stanie przebić tego⁵⁸.

A.2. Silny konkurent rynkowy zwalczający słabszych

Światowe korporacje IT mogą radykalnie konkurować ze słabszą konkurencją, ponieważ dysponują większymi zasobami i mogą pozwolić sobie na niepopularne kroki, na przykład dumping ceny, lobbing. Taki twór jak korporacja IT często dąży do monopolizacji rynku w swojej dziedzinie i przeszkodą na tej drodze są tylko ustawy państwowe i polityka państwa. Istotne są też większe możliwości rozwoju nowych, bardziej ryzykownych projektów, ponieważ mogą one być przez korporacje finansowane przez długi czas, dopóki nie przyniosą zysku. Duże korporacje IT mogą sobie także pozwolić na niepowodzenie niektórych projektów, gdyż straty te pokryją inne, zakończone sukcesem:

Projekt nie wypalił przez nową ustawę rządową, zamykamy temat w tym kraju, dopóki nie ponieśliśmy większych strat.

Z projektu X sfinansujemy start projektu Y, wtedy będziemy mogli mniejszym nakładem pracy i kosztów zająć ten obszar rynku.

Mniejsze firmy nie mogą sobie pozwolić na długi czas oczekiwania na zysk, w takim przypadku zmuszone są do poszukiwania inwestorów, a to powoduje ograniczenie swobody działania, każde niepowodzenie zmniejsza też szanse na realizację innych projektów:

Ekipo, musimy się wyrobić ze scopem i deadline, bo inwestorzy mogą przykręcić korek, wtedy ani benefitów, ani premii.

Poszukuję jakiegoś anioła biznesu, który by skusił się na nasz startup, musimy zachować status unicorna, inaczej pójdziemy do akceleratora.

Korporacja IT, z punktu widzenia biznesowego, to firma działająca na rynku w określonej dziedzinie, wyspecjalizowana, przeważnie potężny gracz w pewnym obszarze: „SAP to taki Mercedes, jeżeli chodzi o firmy produkujące informatyczne systemy finansowo-

⁵⁸ Wypowiedzi odnotowane w czasie badań dotyczą zarówno dużych, jak i małych firm.

księgowo”, „nasz EPR to jest tańszy zamiennik SAPa”. Charakteryzuje się ona własnymi, niezależnymi zasadami prowadzenia biznesu, np. co do strategii, kierunku rozwoju, współpracy z innymi. Często zyski przynosi jej przejmowanie mniejszych firm, z konkurencyjnymi lub dochodowymi projektami. Przykładem jest wchłonięcie Instagrama przez Facebook w 2012 r., wówczas Instagram – mający 90 mln użytkowników – obsługiwało jedynie 13 pracowników:

Dużo serwisów powstaje z założeniem, że jak będą mieli X mln użytkowników to nas ktoś kupi.

Pewnie zapłacili akcjami, nic nie wartymi za nic nie warty serwis.

A.3. Firma działająca społecznie

Korporacje, zwłaszcza z obszaru IT, by zneutralizować negatywny obraz bezwzględnego gracza rynkowego, często oferują swoje usługi lub produkty dla uczniów lub studentów za darmo, także po niższych kosztach, na specjalnych warunkach. Oczywiście, nie każda korporacja działa społecznie lub jest uczciwa wobec swoich pracowników, natomiast taka tendencja istnieje i wydaje się, że jest coraz silniejsza (np. pakiet Microsoft Office dla studentów czy możliwość darmowych kont do korzystania z wielu platform internetowych w celach edukacyjnych np. Prezi, Canva itd.). Korporacje IT mogą również pozwolić sobie na finansowanie projektów charytatywnych lub socjalnych (Intel, Microsoft), nie przynoszących zysku, wspierających te obszary życia społecznego, które najbardziej tego potrzebują. Działania te są zauważalne i wysoko oceniane także przez pracowników korporacji, nie tylko beneficjentów:

Drodzy, ruszamy z akcją edukacyjno-charytatywną dla psiaków, udostępniajcie info na waszych profilach.

Świetna akcja i sama aplikacja. Społecznie odpowiedzialny biznes to podstawa⁵⁹.

Podsumowując, korporacja IT z perspektywy ekonomicznej to firma będąca solidnym graczem na rynku w swojej dziedzinie, ma wypracowany model biznesowy,

⁵⁹ Często działania te są czysto promocyjne. Sytuacja jednak zmieniła się w chwili rozpoczęcia wojny w Ukrainie, kiedy to firmy zaczęły działać charytatywnie na rzecz pomocy migrantom wojennym, choć nie przynosi im to żadnego zysku poza postrzeganiem obywateli danego kraju.

często dyktuje swoje warunki rynkowe, używa bezwzględnych metod realizacji własnych celów. Równocześnie jednak wspomaga swoich interesariuszy.

B. Korporacja IT jako miejsce pracy

B.1. Miejsce pracy najlepszych, rozwijających się, budujące prestiż danej osoby

Korporacja IT w walce o najlepszych pracowników tworzy specyficzne środowisko i warunki zawodowe. W celu przyciągnięcia wybitnych specjalistów w korporacjach IT są stosowane wszelakiego rodzaju benefity, np. „owocowe wtorki”, „grillowe czwartki”, również pakiety dodatkowych świadczeń, na przykład prywatna opieka medyczna, karta sportowa, ubezpieczenia grupowe, elastyczny czas pracy, możliwość pracy zdalnej, itp.:

W ten weekend skorzystam z multisporta.

Jutro jestem na HO.

Nie pójdę do firmy, która nie ma multisporta i opieki medycznej.

To wszystko buduje specyficzną atmosferę pracy oraz generuje związane z tym słownictwo: „kto dziś zostaje na grillowy czwartek?”, „benefity w pracy są ważne, kiedy wrócą owocowe wtorki?”. Z punktu widzenia osoby pracującej w korporacji, bezpośredniego uczestnika i twórcy języka korporacyjnego, który jest częścią społeczności i tworzy produkt lub usługę w ramach korporacji, postrzeganie swojego miejsca pracy jest bardzo złożone. Członkowie „korpospołeczności” przede wszystkim uważają, że jest to zwykłe miejsce pracy w specyficznym gronie współpracowników: „lubię korpo”, „jestem zwykłym korpoludkiem”, „praca jak praca”. Według wielu opinii skojarzenie pracy w korporacji z „wyścigiem szczurów” jest mylne, a głównymi atutami pracy w korporacji IT są: wysokie zarobki, przejrzysta droga do awansu, różne dodatki pozapłacowe, możliwość poznania interesujących ludzi, uczestnictwo w kursach i szkoleniach, możliwość osiągnięcia sukcesu bez doświadczenia zawodowego, pewność wynagrodzenia i wypłacanie go na czas, porządek i spokój w porównaniu do małych firm zagrożonych upadłością: „wolę pracować w korpo, jest gwarancja że ciebie nie wywalą z dnia na

dzień”, „lubię stabilność, przynajmniej wiesz, że korpo nie upadnie przy pierwszym kryzysie”.

Jest to także miejsce pracy, które sytuuje pracownika w określonej grupie społecznej, ekonomicznej, buduje jego prestiż jako człowieka sukcesu: „te szkolenia co miałam w poprzedniej korpo, to sama bym sobie nie kupiła”, „jestem junior PMem w korpo”, „dostał się na seniora w zagranicznej korpo”.

B.2. Miejsce pracy charakteryzujące się specyficznymi relacjami interpersonalnymi

Człowiek jest istotą socjalną, pragnie komunikować się z innymi i praca w korporacji nie jest pod tym względem wyjątkowa. Pracujący w niej ludzie chętnie nawiązują ze sobą relacje, zarówno werbalne, jak i niewerbalne⁶⁰. Sprzyjają temu specjalnie przygotowane przestrzenie, sale służące kontaktom nieformalnym i relaksowi: „idziemy do chillout roomu na kawę”, „zróbmy sobie break w fan roomie”, spotkania integracyjne: „w styczniu jedziemy na konferencję w góry”, „w czwartek spotkanie integracyjne dla juniorów”, wspólne obchodzenie uroczystości. Specyfiką relacji w firmach IT są kontakty wirtualne, wynikające z globalnego zasięgu działalności, będące konsekwencją pracy zdalnej, spowodowane także rodzajem działalności, np. testowaniem produktu. Wirtualne kontakty zastępują często możliwe w miejscu pracy kontakty rzeczywiste, łatwiej wysłać komentarz elektroniczny do kolegi przy sąsiednim stanowisku niż wypowiedzieć go głośno: „wejdź na teamsa, wysłałem ci coś na priv”, „przełącz dalej info z czatu o zebraniu”. Elektroniczna komunikacja jest też efektywniejsza, nie traci się czasu na przechodzenie do innego pokoju lub działu: „zapraszam wszystkich do salki”, „spotykamy się o 12 w salce konferencyjnej na brain storma”. Ten typ komunikacji obsługuje relacje prywatne i służbowe: „chodź na kawę”, „kiedy masz lunch break?”. Dla wielu pracowników, szczególnie tych bezpośrednio kontaktujących się z klientem zagranicznym, język angielski bywa pierwszym językiem zawodowym, który przenika także do przekazów wewnętrznych:

Dostałem message od usera, że feature jest nadal unavailable, muszę zrobić szybkiego fixa i wrzucić deploy na prod.

⁶⁰ To najczęściej przekazy wirtualne z komputera na komputer.

Mimo że jestem na home office, będę na daily callu prezentować swojego kick-offa z wczorajszego meetingu.

Na wewnątrzspółnotowe relacje interpersonalne wpływa także rozbudowana hierarchia, która jest sprzeczna ze zwyczajowym zmniejszaniem dystansu. Potwierdzają to nazwy funkcji i stanowisk: *team leader*, *senior developer*, *junior developer*, *CTO*, *CEO*, przy jednocześnie bezpośredniej formie kontaktów, widocznej na przykład w zwrotach adresatywnych:

do osoby stojącej w hierarchii zawodowej wyżej: Hej Maciek, potrzebuję na jutro urlop, moje taski ogarnie nasz nowy junior Marek.

do CEO: Hej, mamy jutro kluczowy meeting z klientem, chcemy skonsultować agendę i ustalić dalszy scope na kolejny sprint, musimy zaprezentować to ich team leadowi.

Często, by rozładować emocje, pracownicy zamieszczają w swoich przekazach dowcipy, żarty lub ironicznie opisują komiczne sytuacje zawodowe. Dowodzi to, że dostrzegają oni swoje uzależnienie od narzędzi elektronicznych, nie odczuwają jednak dyskomfortu z racji swej alienacji, rozumieją też potrzebę różnych form integracji bezpośredniej. Mają też duży dystans do siebie i swoich warunków pracy: „ale beka”, „Bartek w czwartek na game bar idzie skubany”, „ktoś teraz reflektuje się na kawke?”. Zdarzają się jednak sytuacje, gdy emocje biorą górę i komunikacja przybiera charakter agresywny lub wulgarny, jest to często wynikiem tempa pracy, wysokich wymagań pracodawcy lub zmęczenia, frustracji jednego z uczestników komunikacji. Bywa, że te zachowania są także elementem wewnętrznej konkurencji: „dostał benefit na krzywy ryj”, „skubany, podpierdolił mi klienta i dobił niezłego deala”. Te ostatnie relacje kreują negatywną waloryzację pojęcia „korporacja IT”.

B.3. Miejsce pracy wyniszczające, wymagające

Praca w korporacji IT opisywana jest w skrajnie odmienny sposób, jako prestiżowa lub jako współczesna forma wyzysku:

Mam dość tego wyzysku w korpo, zakładam własną firmę, mam pomysł na unicorn startupa.

W korpo to żadnego work-life ballance, samo gonienie deadlineów.

Czuję, że korpo traktuje nas tylko jako narzędzia do osiągnięcia zysku.

Wielu młodych ludzi uważa pracę w firmie IT za wyróżnienie i szansę na rozwój, ma jednak świadomość, że „praca w korpo” ma swoją cenę:

Przez tą pracę nie mam czasu na rodzinę.

O jakim życiu osobistym mówić przy takich deadlineach w projektach, ciągle gonimy target.

Jeszcze parę nadgodzin w tym korpo i żona ze mną się rozwiedzie.

W środowisku powstała cała grupa słownictwa pochodnego, sygnalizującego negatywne relacje interpersonalne w badanej wspólnotce, np: *korpoludek*, *korposzczur*, *korpoludność*, *mordor*, *korpo*. Ich nacechowanie uwarunkowane jest kontekstowo, najczęściej jest jednak ujemne:

Korpoludność żyje w swojej bańce, nie zna świata spoza mordoru.

Korpoludki, jedziemy na miting integracyjny, w końcu będzie jakiś chill.

Korpo bez korposzczurów by umarła, nikt by się nie zgodził za ten marny hajs tam siedzieć.

Badania i obserwacje dowiodły, że pracę w korporacji IT jako wyzysk najczęściej opisują osoby z zewnątrz:

Musisz mi uwierzyć, praca w tej korpo IT to hardcore non-stop wyzysk, bez żadnego work-life ballance.

Ci co pracują w korpo, to są tylko pionkami na szachownicy, a zarząd łyka bonusy, to jest ściema totalna.

Towarzyszy temu także przeświadczenie o niesprawiedliwości społecznej, gdyż dostrzegają oni, że pracownicy korporacji IT mają szczególne przywileje: „mają ogromne zarobki”, przeróżne benefity, nowoczesne warunki pracy, możliwości rozwoju i awansu, traktują jednak te przywileje jako formę uzależniania:

Benefity w korpo są jak dopalacze dla pracowników, trzymają ich na smyczy, te wszelakie chill roomy, owocki, darmowe masażystki, jest jak codzienna dawka haju, która utrzymuje przy życiu, ale wiadomo, że jak się spotka kolegę z innego biura, który dostaje lepsze bonusy, to jest zazdrość na maxa, zawsze ktoś ma więcej i lepiej.

W tej korpo dżungli, jak ktoś ma więcej, czujesz się jak outsider.

Pracowników korporacji IT postrzega się jako młodych ludzi, w wieku 20-30 lat, przeważnie singli, którzy o godzinie 8 schodzą się do przeszklonego biurowca, często niewyspani, z telefonami przy uchu, z kubkami kawy, by w swoim zamkniętym nierealnym świecie zarabiać kolejne pieniądze. Ta dychotomiczność opisu oznacza, że z jednej strony obserwatorzy dostrzegają wszystkie wady pracy korporacyjnej, ale jednocześnie zazdroszczą „korporalnikom” przywilejów ekonomicznych.

W trakcie badań odnotowano jednak także wypowiedzi wewnątrzspółnotowe, które potwierdzają, że korporacje słyną z rygorystycznych zasad prowadzenia biznesu, skoncentrowane są na zarabianiu pieniędzy, w niewielkim stopniu liczą się tam zasoby ludzkie:

Takie jest życie w korpo, bro. Musisz grać według ich zasad albo wypad. Inaczej zostaniesz zdeptany przez ten gigantyczny macho biznesowy świat.

No kurde, korpo life to jest coś, Nie ma tam miejsca na luz i swobodę. Wszystko jest kontrolowane, raportowane i zoptymalizowane, żeby tylko zebrać hajs.

Pracownicy sporo czasu spędzają na zebraniach, spotkaniach. Przy dużym tempie pracy, rosnących oczekiwaniach pracowników, terminowości projektów oni ciągle nadrabiają zaległości. Tylko w kuchni firmowej lub pokoju relaksu znajdują czas na chwilę odpoczynku, można tam porozmawiać o planowanych wakacjach czy zdrowym wyżywieniu:

Za jakiś tydzień wyłączam swoje debugowanie i włączamy tryb relaks. Zostawiam te wszystkie bugi w kodzie i ruszam na plażę, żeby naprawić swój mood.

Jak już mamy tę zdrową kuchnię, to oczywiście muszą być też zdrowe przekąski. Ostatnio widziałem typa z kubkiem marchewek, który mówił, że to są jego nowe chipsy. Serio? Co to, korpo-króliczki?

Charakter pracy często określany jest „wyścigiem szczurów”, który wiąże się z napięciem i stresem. To określenie ilustruje także jeden z negatywnych aspektów pracy w korporacji IT – wewnętrzną konkurencję.

Warto odnotować wspólny element opinii obu stron, obserwatorów z zewnątrz i członków wspólnoty – wysokie tempo pracy, stały wysiłek intelektualny, zmęczenie:

W korpo te ludki są jak super komputery, które nieustannie przetwarzają informacje i rozwiązują problemy.

Mamy tu zapierdziel jak ułani, zero chillowania, zero relaksu, bo te deadline'y gonią nas jak bezlitosne. Jak nie nadążysz, to pójdziesz na upgrade swojego CV.

Jako element opinii są również powstające narzekania, na przykład:

Ludzie są traktowani jak roboty.

Żeby trafić na wymarzone stanowisko w korporacji, trzeba być 20-latką z 10-letnim doświadczeniem.

Znowu podwyżka będzie parę groszy, nie wyrobię się z taką kwotą.

C. Korporacja IT jako kreator produktu

C.1. Wytwórca markowych, sprawdzonych produktów

Z punktu widzenia osoby obcej, która nie jest członkiem społeczności korporacyjnej, a tylko potencjalnym użytkownikiem jej produktu, korporacja, szczególnie znana korporacja IT, jest przeważnie źródłem zaufania. Wytwarzane produkty lub oferowane usługi cenione są za ich wysoką jakość, są drogie, ale godne wysokiej ceny ze względu na swoje walory: „robimy oprogramowanie, ale korzystamy z rozwiązań Microsoftu, ich poziomowi jednak nie da się przebić”, „to jest najlepsze rozwiązanie googlowe”. Osoby te cenią markę produktu, jego zgodność z tendencjami modowymi, szybką reakcją na zmianę oczekiwań odbiorcy, traktują posiadanie takiego produktu jako element prestiżu społecznego: „korzystamy z SAPa, to taki Mercedes, jeżeli chodzi o systemy ERP”. Korporacyjne usługi/produkty są najwyższej jakości, choć nie są tanie, są często droższe niż inne mniej znanych marek: „ta polska firma robi DMS, tani zamiennik SAPa, jest tanio i wszystko szyte na miarę”. Podobnie postrzegają produkty wytwarzane

przez swoje firmy członkowie badanej wspólnoty. Dumni są ze swoich osiągnięć, im bardziej znany produkt, tym większy prestiż osoby współuczestniczącej w jego wytworzeniu: „pracowałem dla Microsoftu”, „przyszedłem do tej firmy z Googla”. Rzadziej spotyka się postawy neutralne: „produkt jak produkt”, „czas na kolejny projekt, ten zakończyliśmy”, „tworzą standardowe kampanie reklamowe, niczym się szczególnie nie różnią na rynku”. Ta neutralność jest często wynikiem zmęczenia, frustracji i braku zadowolenia z pracy, potwierdziły to rozmowy z niektórymi autorami tych wypowiedzi: „[...] zaczęliśmy trząskać standardowe rozwiązania, nie ma żadnych ciekawych wyzwań, zero rozwoju, appka staje się przestarzała”.

C.2. Wytwórca produktu zróżnicowany strukturalnie i ekonomicznie – korporacja IT a startup

Wskazane wyżej profile zwracają uwagę na dychotomiczne aksjologicznie postrzeganie korporacji IT jako producenta, pracodawcy, miejsca pracy. Ujawnia się to w dwu różnych kreacjach pracownika. Wspomniane wcześniej określenia: *pracownik korporacyjny*, *korpoludek*, *korposzczur* czy *leming* występują często jako nacechowane negatywnie, opisujące ciężką rutynową pracę, podkreślające anonimowość pracownika, bycie mało znaczącym elementem, trybikiem potężnej maszyny korporacyjnej: „w korpo pracują same lemingi”, „w korpo nie ma ludzi niezastąpionych”, „Tomek zaprzedał duszę tej korpo”. Jest też inny, odmienny obraz pracownika korporacji. Jest to członek wspólnoty, któremu zapewniono rozwój, szkolenia, dobre zarobki, umożliwiono zdobywanie nowych umiejętności. Wykonywana praca i jej efekt finalny dają mu satysfakcję i uznanie społeczne: „gość ma epic rozwój zawodowy, ma reputację guru na maxa, do tego hajs levelu kosmos”, „laska ma dobrą reputację w branży, jeździ na topowe szkolenia, jest taką sobie korpo celebrytką”.

Zróżnicowane obrazy pracownika korporacji IT wynikają często z odmiennej formy działania lub struktury firmy IT.

Negatywne konotacje pojęcia „pracownik korporacji IT” najczęściej pojawiają się w kontekście dużych firm, gigantów rynkowych. Prawdziwość tego obrazu potwierdzają raporty międzynarodowe⁶¹. Zakłady produkcyjne wielu światowych firm w Chinach słynne są z wykorzystywania przymusowej siły roboczej. Wśród nich odnotowano 83 globalne i

⁶¹ *Badanie Społeczności IT 2022*, <https://bulldogjob.pl/it-report/2022> [dostęp: 01.06.2023].

chińskie korporacje. Do najbardziej znanych, zgodnie z danymi podanymi w najnowszym raporcie Australian Strategic Policy Institute, należą między innymi korporacje IT: Google, Hitachi, HP, Huawei, Lenovo, Oculus, Panasonic, Xiaomi, Apple oraz wiele innych⁶²:

in 2017, another electronics company that claims to make components for Apple's supplier, Hefei Highbroad Advanced Material Co. Ltd, signed a contract with the Hotan government to take in 1,000 Uyghurs each year for the next three years, according to the company's vice president. Later that year, more than 500 Uyghurs from rural Guma county in Hotan Prefecture were transported to Hefei in Anhui province to begin work in Highbroad's electronics factory [...]⁶³.

Z podobną sytuacją można spotkać się także w Europie i Stanach Zjednoczonych⁶⁴.

pozytywne konotacje pojęcia „pracownik korporacji” dominują w nowym typie firm IT. W cieniu tradycyjnych korporacji IT coraz prężniej rozwijają się startupy IT, które choć mają podobny profil ekonomiczny, postrzegane i opisywane są odmiennie: „w startupie można rozwijać się w bardzo dynamicznym, kreatywnym i stymulującym środowisku”, „w startupie można zrealizować swoje marzenia [...]”. Z punktu widzenia pragmatyki ekonomicznej startup IT to nowo utworzone, innowacyjne przedsiębiorstwo, poszukujące odpowiedniego modelu biznesowego, najczęściej charakteryzujące się wykorzystaniem technologii informacyjno-komunikacyjnych⁶⁵. Istotne jest, że nie każda nowa firma jest startupem i nie każdy startup jest od początku firmą.

Wiele startupów to produkty korporacji IT. Jedna korporacja IT może być właścicielem kilku/wielu startupów. Może być także ich twórcą albo założycielem. Dany model biznesowy zakłada, że startup jest jednym z projektów, produktem lub częścią struktury firmy/korporacji IT. Może nawet być odrębną częścią, jednak procedury, relacje, cele są takie same jak w korporacjach lub bardzo zbliżone do korporacyjnych. Terminologia i nazewnictwo również są wspólne z uwagi na funkcjonowanie we wspólnym obszarze komunikacyjnym.

⁶² *Uyghurs for sale. 'Re-education', forced labour and surveillance beyond Xinjiang*, https://www.telepolis.pl/images/2020/03/Uyghurs_for_sale_UPDATE-03MAR.pdf [dostęp 04.05.2022]

⁶³ Z ang. „W 2017 r. inna firma elektroniczna, która twierdzi, że produkuje komponenty dla dostawcy Apple, Hefei Highbroad Advanced Material Co. Ltd, podpisała umowę z rządem Hotan na przyjmowanie 1000 Ujgurów każdego roku przez następne trzy lata, według wiceprezesa firmy. Później tego samego roku ponad 500 Ujgurów z wiejskiego hrabstwa Guma w prefekturze Hotan zostało przetransportowanych do Hefei w prowincji Anhui, aby rozpocząć pracę w fabryce elektroniki w Highbroad [tłumaczenie własne].

⁶⁴ E. Kacperska, *Migracje międzynarodowe w Europie*, Warszawa 2019.

⁶⁵ J. Czyż, *Co to jest startup?* <https://smartbees.pl/blog/co-jest-startup> [dostęp 01.01.2021].

Startup IT może też istnieć jako całkowicie odrębna, mikrorozmiarów organizacja/firma, która dopiero powstaje na rynku. Taka miniorganizacja, działająca w zakresie tworzenia produktu lub usługi informacyjnej, z uwagi na to, że funkcjonuje w tym samym obszarze, często wykorzystuje te same zasady prowadzenia projektów, te same narzędzia i procedury co korporacja. Najbardziej właściwymi profilami korporacji IT, które można przypisać również startupowi, są między innymi: specyficzna wspólnota komunikacyjna oraz miejsce pracy najlepszych, rozwijających się, posiadających wysoką samoocenę wykonawców – są nimi młodzi ludzie, którzy tworzą coś nowego, zaskakującego, ważnego. Ich przekazy nie kreują profilu: „miejsce pracy wyniszczające, wymagające”, gdyż głównym założeniem wielu startupów jest przeświadczenie, że nie można osób, które mają być twórcze, zmuszać do pracy ponad ich siły „w naszym startupie mamy elastyczny czas pracy, przychodzisz kiedy ci pasuje”. Dlatego tak istotny w startupie jest płynny czas pracy oraz możliwość zdalnej pracy. Startup IT nie jest oficjalnie firmą nastawioną na zysk, ewentualny zysk jest efektem drugorzędym. Istotne jest to, że produktem startupu będzie coś nowego, wyjątkowego, innowacyjnego, co dopiero później przyniesie efekty ekonomiczne. Podstawowym celem jest innowacja, dlatego warunki pracy są często bardziej komfortowe niż w dużej korporacji, dotyczy to także startupów, będących wewnętrznym elementem strukturalnym dużej organizacji: „ten team, to oni pracują ramach naszego jednego startupu, mają zupełnie inne warunki, siedzą w chillromie większość czasu [...]”.

Opisy językowe startupów rzadko uruchamiają negatywnie nacechowane profile, nie zostały one potwierdzone w trakcie badań. Startup to często mała grupa innowatorów skoncentrowana na produkcie, relacje wewnątrzspółnotowe nie są tak mocno zhierarchizowane, charakter tych relacji jest bardziej partnerski, podział obowiązków zróżnicowany, co eliminuje wewnętrzną konkurencję i wzmacnia współpracę. Pomimo nieco innych relacji leksyka profesjonalna i specjalistyczna, charakterystyczna dla korporacji IT, jest znana i wykorzystywana także w mniejszych firmach IT. Kody wspólnotowe w niewielkim stopniu się różnią, głównie aksjologicznie.

Jest to spowodowane tym, że procedury wykonywania czynności w startupach i korporacjach są podobne ze względu na wspólny obszar działania. Wspólne mechanizmy tworzenia, realizacji i obsługi produktów czy usług, wykorzystanie tych samych (lub tylko niezbędnej ich części) narzędzi do zarządzania, komunikowania się i tworzenia treści. W konsekwencji wykorzystywany jest ten sam zasób leksykalny i podobna technika komunikowania.

Na podstawie badań, przeprowadzonych w zróżnicowanych strukturalnie firmach IT, można stwierdzić, że są firmy IT, które w sposób bezpośredni nie są korporacjami, ponieważ nie spełniają warunków prawnych określonych dla korporacji, nie realizują także pełnego modelu pojęciowego określenia „korporacja”, ale relacje, które w takich firmach występują oraz podobieństwa kodów, którymi posługują się członkowie badanych wspólnot, sprawiły, że komunikacja w nich stała się także przedmiotem szczegółowych analiz.

Powyższe rozważania pokazują, że rozumienie społeczne pojęcia „korporacja” jest bardzo złożone i obejmuje:

- kontekst kulturowy, w państwach rozwiniętych przemysłowo i ekonomicznie częściej postrzegany jest pozytywnie;
- doświadczenie kreatora opisu;
- wartość, aktualność produktu (jeżeli produkt jest modny, to chwalimy korporację);
- zaangażowanie na rzecz interesariuszy⁶⁶.

Istotne dla badań nad leksyką wykorzystywaną przez pracowników korporacji IT było ustalenie, czym różni się zwykła korporacja od korporacji IT. Najbardziej oczywistą cechą organizacji IT jest typ produktu, usługi lub ich zespół wytwarzany przez korporację. Dotyczy on branży technologii informacyjno-komunikacyjnej. Może to być produkt zarówno fizyczny (urządzenie elektroniczne odpowiednio zaprogramowane), jak i wirtualny (strona internetowa, program, produkt wideo, obraz, dźwięk) czy usługa (serwis internetowy). Kolejną cechą jest sam proces wytwarzania, specyfika pracy i wykorzystywane narzędzia i metody. Najczęściej praca w korporacji IT polega na tworzeniu i przetwarzaniu informacji oraz danych. Wśród używanych narzędzi podstawowymi są: Internet, języki i kod programistyczny, programy komputerowe oraz właśnie komputery czy inne urządzenia techniczne. O leksyce decyduje także globalny charakter powiązań producenckich analizowanych firm oraz ich wysoki profesjonalizm technologiczny. Profile pojęciowe pokazały także specyfikę relacji w korporacji IT bez względu na jej układ strukturalny. To produkt, relacje, technika komunikacji, miejsce

⁶⁶ W czasie najazdu wojennego Rosji na Ukrainę w 2014 r. oraz w 2022 r., kiedy ta wojna stała się otwartą agresją zbrojną na pełną skalę, zastosowano wobec korporacji nietypowe, niestosowane dotychczas sankcje, w związku z czym usuwano marki i produkty z rynku rosyjskiego jako takiego, który wspiera agresję wobec innego państwa.

pracy, struktura organizacji IT zdecydowały ostatecznie o kształcie kodu wspólnotowego pracowników IT, dlatego tak istotne było nakreślenie modelu pojęcia „korporacja IT”.

2.2. Charakterystyka przebadanych firm IT i ich pracowników

Jak wspomniano we wstępie, podstawową metodę badań stanowiła obserwacja uczestnicząca w pięciu firmach IT różnej wielkości. W firmach tych obserwowano w sumie ponad 500 osób. O wyborze korporacji zdecydowały ich różnorodność, umożliwiającą analizę porównawczą oraz możliwe warunki prowadzenia obserwacji uczestniczącej wybranych wewnętrznych grup komunikacyjnych. Ze względów badawczych istotne jest bardziej szczegółowe ich zaprezentowanie, szczególnie zasad funkcjonowania i typów produktów IT⁶⁷.

W badaniach uwzględniono firmy IT o zróżnicowanym modelu biznesowym. Wśród najbardziej popularnych modeli biznesowych w tej sferze działalności ekonomicznej wskazuje się: startup, firmę outsource, firmę produktową, software house i korporację w klasycznym rozumieniu. Istnieją jeszcze takie formy modelu biznesowego, jak freelance oraz body leasing, które dotyczą działalności jednoosobowej (np. samozatrudnienie) oraz formy współpracy z klientem. Poniżej zostaną przedstawione najbardziej popularne modele biznesowe w celu zobrazowania szerokiego spektrum działalności firm IT. Niektóre z tych form pracy zostały uwzględnione w opisanych dalej badaniach, między innymi: firma produktowa, startup, software house, korporacja.

Pierwszą spółką, której procesy komunikacyjne uwzględniono w badaniu, było mikroprzedsiębiorstwo zatrudniające 10 osób, nazywane startupem: „planujemy nawiązać współpracę z dostawcą usługi XYZ, jest znanym startupem”, „appka CallPage jest ze startupu, świetnie sobie radzą”. Uwzględnienie tej formy działania biznesowego przy opisie komunikacji w korporacji IT uzasadniono, prezentując wyżej jeden z profili pojęcia „korporacja”⁶⁸. Przedmiotem działalności danej firmy jest tworzenie i prowadzenie portalu

⁶⁷ Opisane zostaną główne cechy charakterystyczne tych firm, typy produktów, natomiast nie będą wymieniane nazwy firm ani nazwy produktów ze względu na konieczność ochrony danych i tajemnicy przedsiębiorstwa, zob. przypis 88 dysertacji.

⁶⁸ Zob. s. 60 dysertacji, gdzie omówiono strukturę korporacji IT, która może składać się z wielu startupów lub być ich twórcą, w tym przypadku rozpatrujemy startup jako produkt korporacji. Równocześnie startup może być odrębną firmą, tworzyć własny innowacyjny produkt. Był brany pod uwagę w badaniach, gdyż wykorzystuje w swojej działalności ten sam język i te same narzędzia do komunikacji.

internetowego o złożonej strukturze, który gromadzi dane o wszystkich urządzeniach elektronicznych. Produktem tworzonym przez ten startup jest baza danych i serwis porównujący specyfikacje podobnych do siebie produktów. Mimo tego, że badana spółka ma siedzibę w Polsce i dysponuje kapitałem polskim, jej zasięg ma charakter globalny, gdyż portal tworzony jest w wielu wersjach językowych (np. polski, angielski, niemiecki, francuski, hiszpański, rosyjski, ukraiński). Struktura pozioma danej firmy obejmuje różne działy, np. CEO (zajmuje się zarządzaniem operacyjnym, wizją developmentu oraz strategią rozwoju), dział Back-end (programowanie, pisanie kodu, tworzenie aplikacji webowej, obsługa bazy danych), dział Front-end (dbanie o zewnętrzny wygląd portalu, jego design), Marketing (prowadzenie mediów społecznościowych, reklama, współpraca z partnerami, generowanie zimnych leadów, wypracowanie strategii SEO), dział Sales (przetwarzanie zimnych leadów w gorące, generowanie sprzedaży), dział Support (wsparcie i obsługa posprzedażowa klienta). Opisując zakres działalności tak małej firmy, należy uwzględnić także szereg procesów wykonywanych przez podwykonawców, tzw. outsourcing, na przykład księgowość, HR, działania w zakresie tłumaczeń: „do księgowości zatrudniamy ludzi z outsourcingu”, „HR wyniesiony na outsource”, „zatrudnić kogoś do tłumaczenia z outsource”.

Druga spółka, w której prowadzono obserwację uczestniczącą i zbierano materiał, to firma nieco większa (zatrudnia ponad 30 osób). Zakres jej działania to tworzenie, obsługa i rozwój portalu społecznościowego dla miłośników książek. Jest to polska firma działająca przede wszystkim na rynek anglojęzyczny, w mniejszym stopniu polskojęzyczny i niemieckojęzyczny. W jej strukturze organizacyjnej funkcjonuje kilka działów: programistyczny – zajmuje się tworzeniem oraz rozwojem aplikacji webowej i mobilnej w zakresie back-end i front-end, kreatywny – wykonuje zadania związane z marketingiem, prowadzeniem stron w mediach społecznościowych, tworzeniem treści graficznych, obsługą klienta w kilku wersjach językowych. Warto również wymienić zespół zajmujący się monetyzacją danego portalu oraz CEO – osobę pełniącą funkcję zarządzania operacyjnego. W strukturze organizacyjnej wyodrębniono liderów zespołów jako osoby koordynujące pracę poszczególnych działów:

wypowiedź CEO: Elo ekipa! Chciałem podzielić się kilkoma newsami z góry. Nasz zespół rozjechał ten kwartał! Robicie świetną robotę i jestem totalnie happy z waszych wyników. Keep going!

wypowiedź team leadera: Chciałbym, żebyśmy zrobili meeting, żeby zastanowić się nad naszymi taskami na najbliższy sprint. Będzie to dobry moment, żeby omówić strategię, ustalić priorytety i wyplanować nasze next steps.

wypowiedź team leadera: Czy wszyscy mają dostęp do niezbędnych tooli i zasobów, żeby zrobić swoje taski? Jakiegokolwiek komplikacje z tym, to dawajcie mi znać, żebyśmy mogli ogarnąć.

Przedmiotem działalności trzeciej spółki jest tworzenie szeregu produktów innowacyjnych na polskim rynku w zakresie technologii IT. W czasie badań w danej firmie zatrudniano około 180 osób. Taki rodzaj spółki często nazywany jest w przez użytkowników badanego kodu software house:

Mamy tu megafajny projekt. To będzie naprawdę game-changer, więc dawajcie z siebie wszystko i pokażmy nasz power. Pokażmy światu, że jesteśmy topowym software house'em, z którym warto mieć deal.

No stress, dudes! Jesteśmy jednym teamem, jednym duchem w tym software housie.

Do najbardziej znanych produktów firmy należą: aplikacja mobilna dla kierowców, serwis nawigacji, serwis monitoringu pojazdów, specjalne urządzenia elektroniczne dla kierowców pojazdów i floty. Szeroki zakres świadczonych usług oraz tworzonych produktów zarówno wirtualnych, jak i elektronicznych, skutkowało rozbudową struktury korporacyjnej i wypracowaniem adekwatnych zasad relacji interpersonalnych charakterystycznych dla tego typu wspólnot komunikacyjnych. Bardziej złożona, w porównaniu z poprzednimi spółkami, jest w tej firmie struktura kadry kierowniczej. Nadal jednak dba się o maksymalnie poziomy/partnerski charakter relacji, o zachowanie płaskiej formuły zależności. Zakres obowiązków pracowników jest bardzo szeroki: od projektowania, konstruowania, oprogramowania produktów do promowania, sprzedaży i obsługi posprzedażowej, gwarancyjnej oraz pracy z klientami i partnerami. Interesującym elementem struktury firmowej jest dział zajmujący się analizą wielkich ilości danych, ich opracowaniem i zarządzaniem (Big Data). W tak rozbudowanej strukturze korporacyjnej bardzo ważny jest szybki przepływ informacji i jasność komunikatów. Badania dowiodły, że specyficzny kod korporacyjny spełnia tę rolę:

Hey team, czas na daily standup. Meeting za 10 minut, żeby ogarnąć, co jest na ASAP i wymaga hotfixów.

Uwaga, folks! Mamy kilka hardcore'owych requestów z krótkim deadline, może to być best deal tego tygodnia.

Elo team, jest brainstorm o 14.00. Wpadajcie z pomysłami, żebyśmy mogli rozpierać konkurencję.

Kolejną firmą, w której badano relacje interpersonalne i zbierano specyficzne słownictwo za pomocą obserwacji uczestniczącej, była polska korporacja, działająca na rynku polskim i międzynarodowym (rynki europejskie, azjatyckie i bliskowschodnie). Zgodnie z definicją prawną jest to średnia spółka⁶⁹, gdyż zatrudnia nieco ponad 200 pracowników, jest też największą z badanych. Świadczone usługi i produkty tej firmy są związane z tworzeniem i obsługą kompleksowego programu w zakresie automatyzacji procesów biznesowych i elektronicznego obiegu dokumentacji. Obserwacje dowiodły, że jest ona przykładem bardzo dobrze zorganizowanej i rozbudowanej struktury organizacyjnej. Spośród jej istotnych jednostek organizacyjnych należy wymienić: dział tworzenia aplikacji webowej, zespół rozwoju komponentów aplikacyjnych (tzw. Java Team), zespoły odpowiadające za tworzenie aplikacji mobilnych (iOS Team i Android Team), zespół rozwoju produktu (R&D Team), zespół kierowników projektów (wdrożenia lub PM Team), zespół utrzymania ciągłości działania produktu (Upgrade&Support Team), obsługi klienta (Helpdesk), administracji, księgowości, HR, zespół handlowy, marketingowy i wiele innych, wspomagających proces twórczy. Firma ma złożoną strukturę kadry zarządzającej i kierowniczej wraz z takimi stanowiskami jak: prezes, kierownicy działów, product owner (właściciel produktu), team leader (kierownik zespołu), szereg doradców oraz w niektórych przypadkach SCRUM master (specjalistyczne stanowisko powołane do motywowania i ułożenia pracy zespołu programistycznego przy tworzeniu konkretnego produktu). Organizacja ta jest przykładem klasycznej korporacji produktowej: „nasz produkt to prawdziwa killer appka, która ma potencjał game-changera w tej branży”, „nasz produkt ma najlepszy UX, to jest dopiero power, który da nam top na rynku”.

Ostatnia badana firma to agencja interaktywna (marketingowo-reklamowa), zajmująca się wykonywaniem zleceń dla klientów zewnętrznych. W trakcie badań zatrudniała 130-140 osób. Do jej zadań należy wykonywanie zleceń z zakresu tworzenia strategii reklamowych i prowadzenia kampanii marketingowych, prowadzenie mediów

⁶⁹ Zalecenie Komisji z dnia 6 maja 2003 r. dotyczące definicji przedsiębiorstw mikro, małych i średnich (Dz. Urz. UE L 124 z dnia 20.05.2003 r.).

społecznościowych, tworzenie treści specjalistycznych, treści graficznych, wizerunków, pozyskiwanie potencjalnych klientów, tworzenie stron, aplikacji mobilnych, sklepów i portali internetowych oraz zarządzanie nimi. Firma ta ma specyficzną strukturę, którą tworzą zespoły, są to zespoły pod opieką kierowników projektów (project managerów) powołane specjalnie dla poszczególnych klientów: analityczne, kreatywne, graficzne, programistyczne. Struktura jest skonstruowana w taki sposób, że dominują zależności poziome, ułatwiające współpracę przy realizacji danego projektu:

Ekipo, mamy tu gigantyczny projekt, który musimy rozkręcić. Trzeba wymyślić epic strategię, żebyśmy zdominowali rynek. Zbierzmy siły, rozpiszmy targety i przygotujmy się na mocne wyzwanie.

Mamy content plan, który ma wyrwać naszych odbiorców z butów. Musimy zdobyć te kliknięcia i leady.

Istotne w trakcie obserwacji uczestniczącej było nie tylko poznanie firm, tworzonych przez nich produktów oraz świadczonych usług, ale także, a może przede wszystkim, uczestników komunikacji i wykorzystywanego przez nich kodu. Aktywnymi uczestnikami komunikacji korporacyjnej są wszyscy pracownicy badanej korporacji, gdyż spłaszczony system relacji interpersonalnych sprawia, że bez względu na miejsce w grupie, zadania własne, wykształcenie należą do tej samej wspólnoty komunikacyjnej:

Elo, sales team! Czas rozwalić te targety i robić te deale jak rekiny. Pokażmy światu, że nasze produkty to jest to, czego wszyscy potrzebują⁷⁰.

Bro, widzę, że klepiesz ten kod jak maszyna, rozpierdasz te taski i ratujesz nasze deadline'y. Jak znajdziesz chwilę, looknij na mojego merge requesta⁷¹.

Hej mistrzu, mam dla ciebie projekt, dobrać optymalny team, zgnieć ten deadline i dopieść klienta, wierzę w ciebie. W razie czego, informuj mnie o update'ach⁷².

Nieprawdziwe jest stereotypowe przekonanie, że w firmach powstałych w wyniku rozwoju technologii informacyjnych pracują tylko programiści. Jest to grupa bardzo zróżnicowana zawodowo, ogromna rzesza pracowników reprezentuje kompetencje i

⁷⁰ Sposób komunikowania się na granicy działów pomiędzy działem marketingu a działem sprzedaży.

⁷¹ Sposób komunikowania się pomiędzy pracownikami jednego działu.

⁷² Przykład komunikacji pionowej w ramach jednego działu. Polecenie służbowe – przełożony do pracownika.

umiejętności z różnych obszarów wiedzy niezwiązanych z programowaniem. Tworzą oni produkt informacyjny, dbają o jego obsługę, utrzymanie oraz zapewniają jego sprzedaż. Członkami badanej grupy są specjaliści z zakresu marketingu, menedżerowie projektów, projektanci grafiki, specjaliści PR, SMM, obsługi klienta (BOK – biuro obsługi klienta), community support, handlowcy, pracownicy administracji, kierownicy zespołów (team leaderzy), a także przedstawiciele zarządu, CEO, COO, którzy utrzymują kontakty z pomysłodawcami lub sponsorami projektów, kierownicy działów, dyrektorzy, prezes oraz programiści. Uczestnikami specjalistycznej komunikacji są też klienci, kontrahenci (zewnętrzni dostawcy usług), podwykonawcy, zewnętrzna komunikacja, która ich obejmuje, obsługiwana jest przez kod tylko w niewielkim stopniu różniący się od kodu komunikacji wewnętrznej:

Panie Arturze, czy mogę prosić o url'e do wsdl'a do skonsumowania serwisu oraz info jak się autoryzować przez token.

Dzień dobry, skończyliśmy deploy na pre-prod. Testy end to end po naszej stronie przeszły poprawnie.

Witam Panowie, proponuję meeting o 10:00, ustalimy spec'ę do realizacji interface'ówi oszacujemy deadline.

W badanych korporacjach pracownicy są zatrudniani na umowę o pracę, prowadzą jednoosobową działalność gospodarczą, współpracują na warunkach kontraktu, zlecenia. Oznacza to, że każdy pracownik w takej formie współpracy jest odrębną firmą, czyli podwykonawcą, co wpływa na charakter komunikacji.

Opisując badaną grupę, należy zaznaczyć, że jest ona przede wszystkim mocno ograniczona pokoleniowo, prawnie (w Polsce dopiero w wieku osiemnastu lat można pracować na pełnym etacie i otrzymuje się swobodę działań ekonomicznych) oraz pragmatycznie (marginalizowani są e-autochtoni; ich przedstawiciele można odnaleźć w grupie sponsorów, inwestorów; są to często osoby starsze niż pracownicy badanych firm). Z obserwacji uczestniczącej wynika, że przedmiotem badań jest kod językowy osób w wieku od 18 do 40 lat, podstawową grupę badawczą stanowią jednak pracownicy między 20 a 35 rokiem życia⁷³. Pokoleniowe ograniczenie badanej grupy do 40 lat uzasadnia się małą środowiskową aktywnością osób w coraz starszym wieku. Wynika to z badań

⁷³ Średni wiek programistów w Polsce według danych StackOverflow za 2018 r. – 24,6 lat.

przedstawionych w Business Insider, które pokazują, że tylko 4,6% developerów (osób rozwijających oprogramowanie) ma wiek powyżej 40 lat⁷⁴. Jak zaznaczono wyżej, osoby w wieku ponad 40, są częściej właścicielami firm albo inwestorami. Z tego wynika również kolejny aspekt badań – komunikacja na granicy pokoleń. W jakim stopniu ta forma komunikacji akceptowana jest przez członków zarządu lub potencjalnych inwestorów i jaka jest funkcja tego kodu w tym typie relacji? Badania pokazały, że dana forma komunikacji generalnie w dużym stopniu jest tolerowana, natomiast do pewnego poziomu i w ograniczonych relacjach. Wszystko oczywiście zależy od kultury, akceptacji i norm panujących w poszczególnych korporacjach IT, z zachowaniem jednocześnie profesjonalizmu i szacunku wobec zespołu.

W trakcie obserwacji uczestniczącej nie odnotowano problemów, zakłóceń w komunikacji na granicy płci. Obecnie proporcje pracowników ze względu na płeć są prawie zrównoważone. Więcej kobiet pracuje w marketingu i obsłudze klienta. Wśród programistów nadal dominują mężczyźni, natomiast zgodnie z ostatnimi badaniami dany obszar jest coraz bardziej popularny wśród kobiet⁷⁵. W konsekwencji bariery, utrudniające komunikację na granicy płci, nie stały się przedmiotem badań, nie zarejestrowano ich w tym środowisku.

Pozostaje otwarte pytanie, dlaczego młodzi ludzie wybierają tak trudną drogę kariery zawodowej. Odpowiedzi na nie należy szukać w kulturowym i językowym obrazie uczestników komunikacji w firmach IT.

Obecnie na całym świecie już na początku pracy zawodowej młodzi specjaliści mają dość wysokie wymagania, dotyczące warunków swojej pracy. Wśród tych warunków ważne są nie tylko zarobki, ale także:

- ogólna atmosfera pracy (praca sformalizowana, zhierarchizowana):

W tej korpo IT panuje naprawdę zajebisty vibe. Atmosfera jest mega dynamiczna i ciągle dzieje się tu coś nowego⁷⁶.

Tu się nie boją eksperymentować i wprowadzać nowe newsy, żeby być na topie.

⁷⁴ *Developer Survey Results*, <https://insights.stackoverflow.com/survey/2018/> [dostęp: 16.09.2018].

⁷⁵ *Kobiety w IT 2020 - nowy raport pokazuje, jak wygląda branża IT oczami kobiet*, <https://www.komputerswiat.pl/aktualnosci/biznes/kobiety-w-it-2020-nowy-raport-pokazuje-jak-wyglada-branża-it-oczami-kobiet/wpy63jv> [dostęp: 01.11.2021].

⁷⁶ Wypowiedzi w tej części pochodzą między innymi z rozmów kwalifikacyjnych z kandydatami do pracy w korporacji IT.

- pozapłacowe benefits:

Dostajemy extra bonusy, takie jak ubezpieczenie grupowe, karta sportowa, prywatna opieka zdrowotna, a nawet możliwość udziału w akcjach firmowych.

Stary, benefits na prawdę są na topie, mamy tu home office, darmowe przekąski, ubezpieczenie zdrowotne.

- możliwość dalszego kształcenia, rozwoju, podnoszenia kompetencji (szkolenia, uczestnictwo w konferencjach):

Bro, w tym korpo jest możliwość rozwoju zawodowego, udział w konferencjach dla developerów i wiele więcej są za free. To nas trzyma na fali i daje nam power do działania, a do tego mamy cały czas jakies fajne eventy i szkolenia dla teamu, żeby się zintegrować i budować networking.

- awans zawodowy (szczeble kariery w korporacji IT są nazywane jako praktykant, junior, middle, senior):

W końcu osiągnąłem ten next level i zostałem seniorem.

Stary, od juniora do seniora – w końcu to udało mi się osiągnąć sukces w tej korpo.

Mam ponoworoczny goal, kończę szkolenia, zdaję certyfikaty i w końcu zostanę middle PMem.

- stabilność zatrudnienia: „w tej korpo IT mamy mega job security”, „nie ma miejsca na lęki o przyszłość”.

Współczesne korporacje IT w celu utrzymania konkurencji na „rynku pracownika” oferują sporą liczbę świadczeń pozapłacowych, zwanych „benefitami”. Według raportów dotyczących oczekiwań pracowników oraz analizy świadczeń pozapłacowych w Polsce do listy „benefitów” należą⁷⁷:

- kursy językowe – na przykład w formie kursów z native speakerami czy online,
- szkolenia, kursy, certyfikaty podwyższające kwalifikacje zawodowe,
- napoje, owoce, jedzenie – np. owocowe wtorki, dopłaty do obiadu, kawa, herbata, grillowe czwartki,

⁷⁷ *Benefits pozapłacowe: wyjdź poza standard*, <https://kontekstypracy.pl/pliki/Instytut-Kontekstow-Pracy-Benefity-pozaplacowe.pdf> [dostęp: 02.02.2021].

- prywatna opieka medyczna,
- ubezpieczenie na życie,
- dofinansowanie do żłobka lub przedszkola,
- zwiększenie aktywności fizycznych i sportowych – tzw. karty sportowe,
- możliwość pracy zdalnej – niektórzy pracodawcy również rozpatrują to jako benefit,
- dni bez dress-code'u – potocznie zwane „casual Friday”,
- wyjazdy integracyjne,
- możliwość wygrania biletu do kina, na koncert czy pizzę w ramach różnych konkursów, np. Happy Monday,
- dodatkowy płatny urlop,
- samochód służbowy,
- pokój rozrywki albo pokój do drzemek,
- zniżki na produkty i usługi firmowe.

Dostajemy mega pakę benefitów, które są high level, są totalnie ekstra, już za to można tu iść pracować.

Firma organizuje eventy, żebyśmy mieli networking i budowali relacje.

Takie drobiazgi jak wyjazdy integracyjne, czynią nasze życie trochę lepszym, można nieźle wychillować.

Wprowadzenie niektórych benefitów jest sprzeczne ze stereotypowym przekonaniem o mocno sformalizowanych relacjach w korporacjach IT, wyzysku pracowników, „wyścigu szczurów”. Ich liczba, rodzaj i wartość są uwarunkowane wielkością przedsiębiorstwa i jego możliwościami ekonomicznymi. Jak pokazują niektóre badania, „benefity” są oferowane w 87% wielkich firm, 81% dużych, 69% średnich, 52% małych i tylko 31% mikro⁷⁸. Ponadto coraz częściej w firmach jest praktykowana możliwość wyboru przez pracowników dodatkowych świadczeń: „mamy specjalną appkę mobilną i możemy wybierać spośród różnych pakietów benefitów. To jest taki spersonalizowany approach, który daje nam większą kontrolę nad tym, co dostajemy”.

Potencjalni i aktualni członkowie badanych wspólnot komunikacyjnych doceniają oferowane przywileje, traktują je jako dowód uznania, szacunku. Na ich wysoką

⁷⁸ *Kariera w IT – korporacja czy start-up?*, <https://nofluffjobs.com/blog/kariera-w-it-korporacja-czy-start-up/> [dostęp: 02.02.2021].

samoocenę ma też wpływ renoma firmy IT lub jej produktu, często, gdy ona maleje, pracownicy zaczynają odchodzić do innych firm. Świadczy to o poczuciu współodpowiedzialności za działania i efekty tych działań. Oznacza też, że czują się mocno związani z tymi firmami, które budują ich prestiż:

Cieszę się, że wbijam do tej wyjebistej korpo IT. To jest taki upgrade, wiecie? Konkurencja była mocna, ale zaprezentowałem się z najlepszej strony i złapałem tę zajebistą okazję. Teraz jestem z tą zajawkową ekipą, gotowy do zdobycia tech świata i osiągania ogromnych sukcesów.

2.3. Wpływ strukturyzacji pracy⁷⁹ na strukturację komunikacji w organizacji⁸⁰

Przy opisie kontekstu komunikacyjnego w korporacjach IT istotne było na wstępie przedstawienie definicji (termin/leksem) i sposobów rozumienia określenia „korporacja IT” (pojęcie), które nie jest jednoznaczne i identyfikuje w analizowanych tekstach bardzo zróżnicowane ekonomicznie i funkcjonalnie organizacje zawodowe. Badania pokazały, że poszerzenie znaczenia leksemu „korporacja” jest charakterystyczne tylko dla korporacji IT, które w ostatnim czasie dynamicznie rozwijają się i których struktura formalna nie została jeszcze dopracowana^{81,82}. Zauważono wcześniej, że intuicyjne użycie w języku polskim określenia „korporacja IT” jako nazwy często niewielkich startupów ma swoje uzasadnienie nie tylko z powodu podobieństwa produktu, ale także sposobów komunikowania się, relacji interpersonalnych oraz wykorzystywanego kodu. Przykłady wypowiedzi pracowników korporacji IT:

⁷⁹ Zob. E. Zarzycka, *Teoria strukturacji Anthony’ego Giddensa i jej wykorzystanie w badaniach z zakresu rachunkowości zarządczej*, [w:] *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, t. 73(129), Warszawa 2013, s. 148.

⁸⁰ Pojęcia „strukturyzacja” i „strukturacja” są stosowane zamiennie, ale cytowana w pracy literatura definiuje różnie te dwa pojęcia, zob. A. Giddens, *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*, „American Journal of Sociology” 1984, nr 91(4). W dysertacji „strukturyzacja” to procedury budowania relacji w firmie, a „strukturacja” to ich realizacja w procesie komunikacyjnym, jak dana procedura wymusza na nas komunikację.

⁸¹ Z. Ziolo, *Procesy kształtowania się światowych korporacji i ich wpływ na otoczenie*, [w:] *Wpływ procesów globalizacji i integracji europejskiej na transformacje struktur przemysłowych*, red. Z. Ziolo, T. Rachwał, „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego” 2009, nr 12.

⁸² Z. Ziolo, *Zróżnicowanie światowej przestrzeni przemysłowej w świetle koncentracji siedzib zarządców wiodących korporacji*, „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego” 2006, nr 8, s. 9-26.

[...] na dzisiejszym team meetingu omówimy nasze KPI i postępy w projekcie. Chłopaki i dziewczyny, musimy wyciągnąć wnioski, wiemy, że mamy krótki deadline, więc musimy dać z siebie 110% i dokończyć ten projekt.

W tym projekcie musimy iść na full i dać z siebie wszystko. Jesteśmy w tej korporacyjnej maszynie i wszyscy muszą grać w tym samym teamie, tylko transparentna komunikacja, żeby uniknąć wąskich gardeł. Tutaj już nie ma miejsca na politykę korporacyjną, tylko teamwork.

Przykłady wypowiedzi pracowników startupu:

W naszym startupowym teamie chodzi o dobry vibe, mamy ten innowacyjny i kreatywny mindset, tu nie ma miejsca na biurokrację jak w korpo.

Rozkminialiśmy nasze key milestone'y na team meetingu i muszę przyznać, że jestem mega zadowolony, mamy startupowego swaga i dajemy z siebie 110%.

To skutkowało przeprowadzeniem badań w niejednorodnych firmach, wybranych zgodnie z rozumieniem pojęcia „korporacja IT”, które zaprezentowano w ostatniej części poprzedniego podrozdziału.

Ważnym elementem kontekstu, wpływającym na kod badanej wspólnoty, jest proces przepływu informacji w tego typu organizacjach. Na podstawie jego analizy można wskazać typy komunikatów, które redagują pracownicy korporacji IT, ustalić, czy istnieje wewnętrzne zróżnicowanie funkcjonalne kodu oraz kto i w jakich sytuacjach go wykorzystuje lub modyfikuje. Stąd konieczność zaprezentowania poniżej procesów strukturyzacyjnych typowych dla korporacji IT oraz wynikającej z nich strukturacji komunikacji⁸³.

Struktura organizacyjna korporacji, czyli jej strukturyzacja, definiuje miejsce i rolę każdego uczestnika wspólnoty komunikacyjnej. W powszechnym rozumieniu termin „organizacja” jest określany jako:

zrzeszenie osób fizycznych, grup społecznych lub państw, posiadające wspólne poglądy i cele zawarte w statucie; sposób, w jaki coś jest urządzone, zorganizowane, w jaki coś działa, funkcjonuje; urządzenie, zakładanie czegoś⁸⁴.

⁸³ A. Giddens, *The Constitution of Society...*

⁸⁴ *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, red. H. Zgólkowa, t. 26, Poznań 2000, s. 414-415.

W wyniku połączenia elementów organizacji (jej strukturyzacji) jest osiągany określony cel⁸⁵. Oczekiwany efekt automatycznie wymaga integracji i koordynacji wysiłków każdego z tych elementów, co z kolei powoduje ustrukturyzowanie zespołu oraz procesów. Nawet w prostych zespołach pojawia się instrument, który kieruje całością⁸⁶. Kontynuując analizę korporacji IT jako organizacji, można dostrzec, że jest ona ze względu na swoją specyfikę organizacją postindustrialną. Postindustrialne organizacje są efektem trzeciej (najnowszej) fazy rozwoju przemysłu, określają je nowego typu stosunki między partnerami organizacji. Cechami charakterystycznymi postindustrialnej organizacji są:

- wysoka elastyczność;
- orientacja na klienta – we współczesnej organizacji klient bardziej ceni sobie indywidualność i niepowtarzalność produktu;
- wprowadzanie innowacji/stała innowacyjność;
- uczestnictwo na arenie międzynarodowej/globalizacja.

Przykłady wypowiedzi potwierdzających takie postrzeganie postindustrialnej organizacji:

Trzeba mieć ten globalny mindset, żeby mieć szansę na światową ekspansję.

Elo team, mamy tę ambitną misję, żeby nasza firma podbiła globalne rynki, trzeba sfokusować się na strategii i zdominowaniu konkurencji, zbudować naszą markę na globalną skalę i pokazać, że jesteśmy na topie.

Pod wpływem globalnej gospodarki w organizacji postindustrialnej zanikają zewnętrzne granice, co czyni ją bardziej otwartą na otoczenie⁸⁷. Równocześnie stopniowo osłabiane lub eliminowane są granice między grupami wewnętrznymi, co wzmacnia nie tylko relacje interpersonalne, ale także utrwała kod wewnątrzspołnotowy. Zanikają podziały między działem sprzedaży a działem marketingu albo działem produkcji a działem inżynierskim, preferowana jest praca zespołowa, projektowa, dzięki temu po zakończeniu projektu skład zespołu może się zmieniać:

⁸⁵ Zob. wyjaśnienie problemu na s. 58 danej pracy.

⁸⁶ *Podstawy nauki o organizacji*, red. S. Marek, M. Białasiewicz, Warszawa 2008, s. 15.

⁸⁷ W trakcie badań ujawnił się paradoks, polegający na tym, że organizacje IT chcą się otwierać na otoczenie, natomiast jednocześnie zamykają się i tworzą barierę komunikacyjną ze światem zewnętrznym poprzez własny kod. Z jednej strony są założenia korporacji, z innej strony ich realizacja, uniemożliwia ją specyficzny kod, co sprawia, że są otwarci, ale na środowiska sobie podobne.

Maciej, musimy omówić skład zespołu projektowego, potrzebuję jeszcze grafika i jednego programisty, bo mamy niewystarczające KPI.

Dzięki za robotę chłopaki, fajnie nam poszło w tym projekcie, może spotkamy się przy kolejnych tematach i nowych wyzwaniach.

Zacierane są także granice w ramach hierarchii, gdyż podległość jest zmienna:

Wiodącym programistą w tym projekcie jest Marek, wszystkie merge mają przechodzić przez niego.

Ten projekt jest robiony przez dział utrzymania, więc wszystkie zadania są definiowane przez ich PMA, my ich tylko supportujemy. Jak będziemy my trzymać pieczę nad projektem, wtedy cała komunikacja idzie przez nasz dział.

To potwierdza sformułowany wcześniej wniosek, że w korporacjach IT dominuje struktura pozioma, a praca często opiera się na tymczasowych zespołach zadaniowych. Taki tryb pracy wyeliminował kategorię „swoj/obcy”, wynikającą z podziałów wewnętrznych, często nieformalnych; każdej osobie, będącej w strukturze organizacji albo w zasięgu jej działalności, nadawana jest kategoria „swoj”.

Mary Jo Hatch w pracy *Teoria organizacji* charakteryzuje funkcjonowanie w organizacji postindustrialnej jako życie niepewnością, paradoksami i sprzecznościami. Jest to zgodne z konotacjami pojęcia „korporacja IT”, które zwracają uwagę na wysokie tempo pracy, wymagające, wyniszczające psychicznie środowisko, traktowanie ludzi jak robotów. Dane określenie mocno kontrastuje z właściwościami organizacji okresu przemysłowego, a mianowicie rutyną, tradycją i stabilnością⁸⁸.

Dodatkowe cechy charakteryzujące organizację postindustrialną tylko potwierdzają przynależność do nich większości współczesnych korporacji IT:

- konkurencja globalna – działanie w Internecie ułatwia wychodzenie poza ramy jednego państwa⁸⁹;
- możliwości szerokiego wyboru produktu przez konsumenta – prowadzenie działalności w Internecie powoduje, że klient ma większy wybór, nie jest ograniczony do skorzystania tylko z lokalnie dostępnych usług:

⁸⁸ M. J. Hatch, *Teoria organizacji*, Warszawa 2002, s. 42.

⁸⁹ Ze względu na kod, który jest internacjonalistyczny, ma charakter globalny, jest zrozumiały dla danego środowiska, firmy te mogą funkcjonować ponad granicami kraju. Właśnie nie tylko przez to, że produkują te same produkty, współpracują między sobą lub czasem od siebie zależą, ale również przez to, że posługują się wspólnym międzynarodowym językiem.

Kupuję na Amazonie amerykańskim, tam jakoś towaru jest o wiele lepsza.

Kupowałem w polskim sklepie internetowym, ale przesyłkę dostałem z Chin, nawet w miarę szybko.

W naszym sklepie zamówienia są przeważnie z Europy Zachodniej, przez co mamy lepsze zyski i mniejsze koszty, konkurencja jest za nami.

- nacisk na innowacyjność, automatyzację, szybkość działania:

Wolę zamawianie ze sklepu internetowego, wszystko jest zautomatyzowane, włączasz appkę i odbierasz paczkę.

Wdrożyliśmy elektroniczny obieg dokumentacji w firmie, co uprościło procesy biznesowe, trzyma większy porządek i wykorzystujemy mniej papieru.

- powstanie nowych form organizacyjnych, takich jak organizacje wirtualne oraz sieci:

Zbudowałem naprawdę dream team w dziale Supportu, ponieważ jesteśmy wszyscy na remote, ale zespołowo jesteśmy mocno zintegrowani, odczuwamy wspólne cele, każdy jest bardzo flety, dajemy z siebie wszystko, bo wiemy, że tylko w ten sposób możemy osiągnąć sukces.

- spłaszczenie hierarchii, dominowanie komunikacji poziomej i rozproszenie odpowiedzialności menedżerów⁹⁰:

W obecnym setupie, jeżeli chodzi o odpowiedzialność team leadera, to jesteśmy mocno Agile w podejmowaniu decyzji. Każdy w teamie ma głos, szanujemy swoje inputy, stawiamy mocno na teamwork i komunikacja to podstawa. Tylko w ten sposób możemy być trendy i osiągnąć sukces.

Z badań wynika, że rozumienie pojęcia „korporacja IT” uwzględnia również profil „firma IT”, ale w znaczeniu ‘firma potencjalnie globalna, mocna, wyniszczająca słabszych, konkurencyjna’.

Pracy w korporacji IT towarzyszą z jednej strony wysoka nerwowość oraz napięcie, z drugiej strony jest to praca zespołowa ludzi o różnych specjalnościach, praca na

⁹⁰ M. J. Hatch, *Teoria organizacji...*, s. 43.

odległość (zdalna, home office), outsourcing (zlecenie firmie zewnętrznej). Wymagane są specyficzne umiejętności społeczne, wysokie kwalifikacje w wąskim zakresie działalności; w związku z dynamicznym rozwojem rynku IT konieczne jest samokształcenie się pracowników, aktualizowanie swojej wiedzy.

Tym, co szczególnie wyróżnia korporacje IT, jest ich elastyczność. Istotna jest elastyczność w zakresie zarządzania pracą oraz stałe dostosowywanie się do zmian otoczenia i potrzeb konsumentów. Jest to możliwe dzięki wewnętrznym rozwiązaniom komunikologicznym, np. płaska struktura organizacyjna zwiększa i przyspiesza decyzyjność (decision power), pozwala pracownikom wykonawczym na dokonywanie samodzielnych wyborów bez oczekiwania na zgodę kolejnych struktur zarządzających. Skraca proces komunikacyjny, upraszcza wymianę informacji:

Ekipo, mamy request od klienta, robimy z tego offer?

Na boardzie mamy rozpisane taski, jeżeli klient klepnie akcept to przystępujemy do prac.

Wszystkie instrukcje masz na boardzie w Jirze [...]”.

Kolejnym elementem decydującym o działalności firmy jest opinia publiczna, konsumentów, klientów. We współczesnej firmie IT standardem staje się badanie opinii o własnym produkcie, usłudze lub działaniu samej firmy. Przykładowe pytania w ankiecie:

Na ile prawdopodobne jest, że Pan/Pani poleci usługi naszej firmy innej osobie?

Co powinniśmy zmienić w pierwszej kolejności, żeby Pan/Pani polecił/a nasze usługi innej osobie?

Czy skorzysta Pan/Pani z usług naszej firmy w przyszłości?

Na podstawie uzyskanych ocen podejmowane są odpowiednie kroki naprawcze. Badane są jakość obsługi klienta oraz komentarze na temat produktu lub usługi w Internecie, na forach publicznych, w mediach społecznościowych, wykorzystywane są w tym celu różne narzędzia, najczęściej ankiety wysyłane do klientów (Rys. 3).

... jak ogólnie oceniasz naszą firmę na 5 wymiarach poniżej:

Ta firma ułatwiła mi zakup usługi											
zupełnie nie zgadzam się	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	zdecydowanie zgadzam się
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Ta firma zainspirowała mnie											
zupełnie nie zgadzam się	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	zdecydowanie zgadzam się
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Lubię tę firmę											
zupełnie nie zgadzam się	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	zdecydowanie zgadzam się
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

[dalej >](#)

Z jakim produktem / produktami miałeś/aś problem?

Wpisz typ produktu i ewentualnie nazwę

[dalej >](#)

Rys. 3. Przykładowa ankieta wysyłana do klienta w celu otrzymania opinii o produkcie/usłudze. Źródło: ankieta jednej z badanych firm, opracowanie własne.

Możliwość wykazania opinii przez klienta czy użytkownika oraz możliwość bycia usłyszonym przez korporację mocno skraca dystans między dostawcą usługi/twórcą produktu a klientem. Opinia w Internecie jest teraz na tyle mocnym czynnikiem, że od niej wprost zależy skuteczność sprzedaży oraz efektywność prowadzenia biznesu. Szybkie dostosowanie się organizacji do różnych potrzeb, reakcje na opinie warunkowane są zgodą personelu na zmiany⁹¹. Współczesny pracownik firmy IT musi przyzwyczać się do dynamicznych zmian, jest to bardziej akceptowalne niż w czasach industrialnych.

Warto zauważyć jeszcze jedną cechę, która wyróżnia współczesne korporacje IT, jest to optymalizacja zarządzania zasobami. Korporacje dążą do stałego rozwoju, równoległe jednak chcą osiągać maksymalne zyski, wypracowywane w oparciu o wszystkie zasoby. Zmniejsza się marnotrawstwo, stosuje uproszczenia, wprowadza automatyzację procesów, niestety także, jeśli to możliwe, zmniejsza jakość. W tym celu są stosowane takie strategie zarządzania, jak outsourcing (zlecenie wykonania niektórych

⁹¹ Po wykonaniu projektu klient otrzymuje ankietę satysfakcji, którą wypełnia, po wypełnieniu jest ona analizowana. Wynik analizy trafia w formie informacji zwrotnej do osoby odpowiedzialnej za projekt. Kierownik projektu może otrzymać pochwałę lub uwagi, na które powinien natychmiastowo zareagować albo ująć je przy kolejnych pracach.

czynności zewnętrznemu dostawcy), lean management (tzw. szczupłe zarządzanie, które polega na dostarczaniu klientowi produktu/usługi, jakich oczekuje w najprostszy sposób), spin-off (komercjalizacja badań naukowych), wirtualizacja niektórych usług, np. wprowadzenie botów, chatbotów do obsługi klienta. To właśnie optymalizacja zasobów jest siłą napędową dyfuzji i kreowania innowacji przez korporacje.

Przedstawiona wyżej strukturyzacja korporacji IT sprawia, że zespoły ich pracowników tworzą jednolitą wspólnotę komunikacyjną bez względu na wykonywany zawód/czynności w ramach działalności firmy (np. marketingowcy, sprzedawcy, menedżerowie projektów). Współdziałanie i komunikowanie się każdego z członków jest skoncentrowane na wspólnym celu – tworzeniu produktu, przy jednoczesnej świadomości, że jest członkiem odrębnej grupy wewnętrznej skoncentrowanej na własnym zadaniu cząstkowym. Taka strukturyzacja badanych firm sprawia, że upowszechnienie się wewnętrznego kodu nie natrafia na większe bariery komunikacyjne, wymogiem jest asymilacja komunikacyjna każdego nowego członka grupy: „zaczęłam pracę w korporacji i nie rozumiem, co do mnie mówią. Ostatnio totalnie się zbłąźniłam”⁹².

Na rangę teorii strukturyzacji pracy w organizacji, zwrócił uwagę między innymi wybitny socjolog brytyjski – Anthony Giddens^{93,94}. W pracy *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration* przedstawia teorie, które znalazły swoje zastosowanie w badaniach nad komunikacją w organizacji. Jego teoria strukturacji reprezentuje koncepcję dualności, która zakłada, że struktura społeczna jest jednocześnie ramą dla działań ludzkich, także procesów komunikacyjnych. Teoria ta koncentruje uwagę na relacjach interpersonalnych i technikach komunikowania się w organizacjach poddanych strukturyzacji. Uważa on, że struktura społeczna istnieje wtedy, kiedy jest realizowana przez praktyki społeczne lub zostaje zapisana w pamięci uczestniczących podmiotów. Na strukturę składają się reguły i zasoby, stanowiące społeczną organizację, których ludzie używają w codziennych interakcjach. W modelu strukturalnym reguły są formą potocznej wiedzy o sposobach zachowania w różnych sytuacjach w społeczeństwie i funkcjonują na poziomie społecznych interakcji. Z regułami ściśle związane są różne typy zasobów, wykorzystywane w konkretnych praktykach społecznych. Zasoby są rozumiane jako materialne wyposażenie umożliwiające podmiotom działanie. Dzięki zasobom sprawowana jest władza, co daje możliwość oddziaływania na rzeczywistość społeczną.

⁹² Tekst cytowany z portalu społecznościowego Facebook.

⁹³ A. Giddens, *Konsekwencje nowoczesności*, tłum. E. Klekot, Kraków 2008.

⁹⁴ A. Giddens, *The Constitution of Society...*

Reguły i zasoby są połączone z interakcjami za pomocą trzech rodzajów przekształceń: znaczenia, legitymizacji i dominacji. Te trzy wymiary stanowią fundament procesów strukturacji, wpływają bowiem na działania uczestników społecznych i ich wzajemne oddziaływanie w organizacjach i instytucjach. Z jednej strony zmuszają ich do konkretnych zachowań, ale z drugiej strony zapewniają między nimi współpracę niezbędną do utrzymania porządku społecznego⁹⁵.

Biorąc pod uwagę założenia wspomnianej wyżej teorii strukturyzacji, można przyjąć, że struktura organizacji korporacji IT jest oparta na konkretnie zdefiniowanych zasobach i zasadach⁹⁶, które mają wpływ na strukturację komunikacji.

Zasoby mają charakter **materialny** oraz **niematerialny**. Stanisław Marek w pracy *Podstawy nauki o organizacji* wyodrębnia jeszcze jeden, trzeci typ – zasoby **ludzkie**⁹⁷.

Zasoby materialne to między innymi: stacje robocze (komputery), wyposażenie biura, łącze internetowe, dostęp do niezbędnych narzędzi elektronicznych, oprogramowanie. Materialny charakter mają również zasoby finansowe, energia itd. Najbardziej istotne dla relacji interpersonalnych i dające możliwość efektywnego działania w ramach korporacji IT są zasoby służące komunikacji, umożliwiające tworzenie e-przekazów. Najważniejsza jest oczywiście stacja robocza, czyli komputer – liczące urządzenie elektroniczne, przeznaczone do gromadzenia i przetwarzania danych, zgodnie z instrukcjami określonego programu⁹⁸. Żeby dane urządzenie stało się użyteczne i pełniło swoje funkcje w procesie pracy i procesie komunikacyjnym, są niezbędne dodatkowe komponenty. Pierwszy z nich to *oprogramowanie // software*, czyli program lub ogół programów umożliwiających korzystanie z komputera i wykonywanie przez użytkownika konkretnych zadań⁹⁹. Drugim komponentem, bez którego współczesne firmy, szczególnie firmy IT, nie mogą istnieć, jest odpowiednie łącze internetowe, Internet, który *Słownik wyrazów obcych*, definiuje:

[...] sieć komputerowa łącząca większość firm, ośrodków akademickich świata oraz miliony prywatnych użytkowników, pozwalająca na niczym nie skrepowaną wymianę informacji, danych i korespondencji wszystkich jej użytkowników. Żywiłowo się rozwijająca sieć tworzy (zapotrzebowanie na) nowe usługi, bez niej nie do pomyślenia. W

⁹⁵ E. Zarzycka, *Teoria strukturacji Anthony'ego Giddensa...*, s. 148.

⁹⁶ E. Griffin, *Podstawy komunikacji społecznej...*, s.183.

⁹⁷ *Podstawy nauki o organizacji*, red. S. Marek, M. Białasiewicz..., s. 127.

⁹⁸ *Słownik współczesnego języka polskiego*, red. B. Dunaj, Kraków 2000, s. 254.

⁹⁹ M. Jarosz, *Słownik wyrazów obcych...*

sieci Internet potężnieje góra danych, które chociaż powszechnie dostępne dla jej użytkowników, są jednak coraz trudniejsze do odnalezienia i zidentyfikowania¹⁰⁰.

Zasoby niematerialne obejmują: reputację firmy, opinię o firmie, jej konkurencyjność i autorytet, znak towarowy, markę, kompetencje przedsiębiorstwa, prawa autorskie, know-how¹⁰¹. Do zasobów niematerialnych należy także technologia, która definiowana jest jako ogół procesów służących do wytwarzania produktów, a także ciąg czynności produkcyjnych przyczyniających się do wytworzenia danego produktu^{102,103}.

Zasoby ludzkie – są to kompetencje każdego z członków organizacji, ich wiedza i umiejętności, charakter, zdrowie, wykształcenie. Postępująca robotyzacja i automatyzacja spowodowały kolosalny wzrost znaczenia kwalifikacji i umiejętności pracownika¹⁰⁴. Współczesne organizacje charakteryzują się zmianą swojej orientacji w stronę klientów (klientocentryzm), dlatego i oni stanowią ważną część zasobów ludzkich.

Zasady to wewnętrzne ustalenia dotyczące działania firmy oraz technik budowania relacji, także reguły komunikowania się. Do wewnętrznych ustaleń mogą należeć stosowane metody zarządzania (SCRUM, Agile, Prince2, KANBAN), strategie rozwoju, różnorodne regulaminy wewnętrzne itd. Obok zasad wewnętrznych obowiązują zasady wypracowane poza firmą, ale ją obowiązujące. Są to przede wszystkim ustalenia prawne: prawo pracy, prawo gospodarcze, prawo podatkowe¹⁰⁵, prawo własności intelektualnej¹⁰⁶, a szczególnie *Kodeks pracy*¹⁰⁷, *Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej*¹⁰⁸, *Ustawa o promocji zatrudnienia*¹⁰⁹, *Prawo przedsiębiorców*¹¹⁰ i wiele innych, które mają bezpośredni wpływ na działalność korporacji IT. Zasady między innymi dotyczą postępowania kierownika/menedżera na danym stanowisku w określonej sytuacji i w zdefiniowanym obszarze. Jeżeli sprawa dotyczy na przykład zarządzania projektem, zasadą jest wykorzystanie adekwatnej metody zarządzania, np. zwinnej, takiej jak Scrum, Agile,

¹⁰⁰ W. Kopaliński, *Słownik wyrazów obcych...*, s. 234.

¹⁰¹ Istnieje wiele znaczeń danego terminu, w danym kontekście jest brane pod uwagę znaczenie „know-how” jako informacji praktycznych, które są chronione, niejawnie w oparciu o definicję wymienioną w: *Innowacje i transfer technologii. Słownik pojęć*, red. K. Matusiak, Warszawa 2011, s. 139.

¹⁰² M. Jarosz, *Słownik wyrazów obcych...*, s. 803.

¹⁰³ Kod, którym posługujemy się w procesie komunikacji, jest również jednym z elementów technologii, która pozwala wytwarzać dany produkt i ułatwia porozumiewanie się w procesie jego tworzenia.

¹⁰⁴ *Podstawy nauki o organizacji*, red. S. Marek, M. Białasiewicz..., s. 130.

¹⁰⁵ Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. Ordynacja podatkowa (Dz. U. 1997 Nr 137 poz. 926).

¹⁰⁶ Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. 1994 Nr 24 poz. 83).

¹⁰⁷ Ustawa z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks pracy (Dz. U. 1974 Nr 24 poz. 141).

¹⁰⁸ Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. 2004 Nr 173 poz. 1807).

¹⁰⁹ Ustawa z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (Dz.U. 2004 Nr 99 poz. 1001).

¹¹⁰ Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz.U. 2018 poz. 646).

Waterfall albo metody w sterowanym środowisku – Prince2. Własne zasady mogą mieć wypracowane szeregowi pracownicy, np. metody sprzedaży i pozyskiwania klientów w dziale handlowym czy metody dotarcia do odbiorców w dziale marketingu. Wszystkie te rozwiązania wzajemnie się uzupełniają i tworzą relacje wewnątrz organizacji.

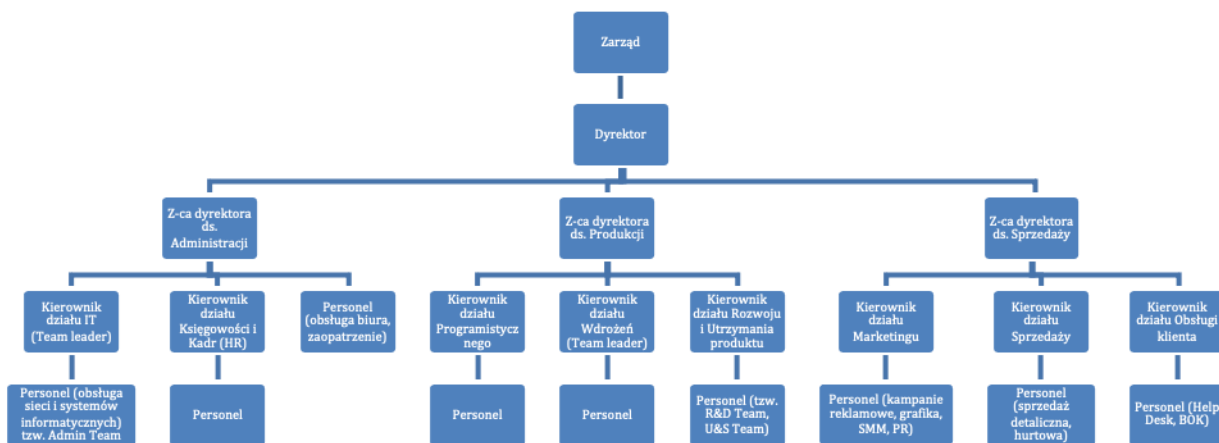
W kontekście strukturyzacji wypracowywana jest także modelowa hierarchia stanowisk. Model hierarchiczny obejmuje każdy poziom hierarchii organizacyjnej poza najniższym – pracownikami niepełniającymi funkcji kierowniczych¹¹¹. Współczesna nauka o zarządzaniu przedstawia sporą różnorodność struktur organizacyjnych w zależności od specyfiki działań organizacji. Przykładowo można wymienić najbardziej rozpowszechnione: liniowa, funkcjonalna, sztabowo-liniowa, dywizjonalna, projektowa, macierzowa, holdingowa itp¹¹². Wymienione modele są w pewnym sensie idealnymi twórcami i służą tylko jako punkt wyjścia do projektowania struktury dla każdej organizacji indywidualnie. Raczej nie spotkamy w przedsiębiorstwie struktury należącej do konkretnego typu, a jedynie oparte na jednym z wymienionych modeli. Termin „struktura organizacyjna”/„strukturyzacja” jest definiowany jako: „układ stanowisk i składające się z nich komórki organizacyjne wewnątrz firmy. Jest to również podział uprawnień i odpowiedzialności oraz określenie zależności pomiędzy poszczególnymi pracownikami przedsiębiorstwa”¹¹³. Jednym z wymiarów struktury organizacyjnej jest hierarchia, która jest rozumiana jako układ wielu szczebli w strukturze organizacyjnej. Na szczycie znajduje się ranga dyrektorska i menedżerska, odpowiedzialna za działalność operacyjną organizacji jako całości, niżej znajdują się kierownicy niższych szczebli.

Poniżej została przedstawiona struktura liniowa korporacji IT, która odzwierciedla podział na działy i obszary odpowiedzialności. Schemat ten jest wynikiem obserwacji uczestniczącej we wskazanych wyżej firmach IT.

¹¹¹ Ł. Kwiatkowski, A. Czech, *Hierarchia*, <https://mfiles.pl/pl/index.php/Hierarchia> [dostęp 10.01.2021].

¹¹² A. Zakrzewska-Bielawska, *Relacje między strategią a strukturą organizacyjną w przedsiębiorstwach sektora wysokich technologii*, [w:] *Zeszyty Naukowe Politechniki Łódzkiej*, nr 1095, Łódź 2011, s. 317.

¹¹³ *Struktura organizacyjna w Twojej firmie – jak nią zarządzać?*, <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-struktura-organizacyjna-w-twojej-firmie> [dostęp 10.01.2021].



Rys. 4. Przykładowa struktura organizacyjna typu liniowego. Źródło: opracowanie własne

Jak widać z powyższego schematu (Rys. 4), na szczycie hierarchii organizacyjnej znajduje się zarząd firmy, dyrektor naczelny, dyrektor generalny lub prezes, poniżej – jego zastępcy¹¹⁴. Zastępcy dyrektora pełnią funkcję dyrektorów poszczególnych obszarów funkcjonowania firmy. Bezpośrednie zarządzanie i kontrolę nad pracownikami sprawują kierownicy zespołów albo team leaderzy. Team leaderem jest osobą, która w organizacji pełni funkcję zarządzania zgranym, dobrze współpracującym zespołem ludzi¹¹⁵. Struktura działów dzieli się na części bezpośrednio odpowiedzialne za realizację określonych zadań: tworzenie produktu, sprzedaż i obsługę pozasprzedażową (marketing, analityka, wdrożenie produktu, U&S (Upgrade & Support), R&D (Research & Development), helpdesk itd.) oraz część obsługującą samo funkcjonowanie organizacji od strony administracyjnej: zaopatrzenie, administracja, księgowość, HR, administracja infrastruktury IT¹¹⁶. Przedstawione procesy strukturyzacyjne znajdują swoje odbicie w strukturacji komunikacji, sygnałem tego procesu są między innymi określenia funkcji, stanowisk, zespołów. Określenia te mogą być neutralne lub nacechowane, rodzaj nacechowania identyfikowany jest kontekstowo. Pomimo dominującego płaskiego poziomu hierarchii, zebrane słownictwo ujawnia znaczne zróżnicowanie wewnętrzne: CEO/prezes, piemowcy, wdrożeniowcy, frontendowcy, backendowcy, programmersi, zwykły plebs (szeregowi pracownicy), marketingowcy, designerzy, androidowcy, specjaliści od appki, handlowcy, księgowi, haerowcy, rada starszych, admini, team leaderzy, seniorzy, juniorzy, graficy,

¹¹⁴ Ł. Kwiatkowski, A. Czech, *Hierarchia...*

¹¹⁵ M. Jarosz, *Słownik wyrazów obcych...*, s. 802.

¹¹⁶ W znaczeniu administracji IT, która zapewnia poprawne działanie systemów niezbędnych do pracy.

specjaliści od adsów, influencerzy, targetolodzy, specjaliści SMM itd. O płaskiej strukturyzacji pracy świadczy natomiast uproszczona komunikacja pionowa pozbawiona tradycyjnego dystansu: „hej, zrobisz jednego drobnego taska?”¹¹⁷, „Maciej, rozliczyłem się z projektu, potrzebuję urlop”¹¹⁸.

Komunikacja w firmie IT ma swoją specyfikę. Jest zgodna z pierwotnym rozumieniem terminu łacińskiego *communicatio* – ‘udzielenie’, ‘współdział’, ‘rozmowa’. Według W. Doroszewskiego, S. Dubisza, M. Arcta i kilku innych leksykografów to „porozumiewanie się, przekazywanie wiedzy albo myśli lub udzielanie wiadomości”¹¹⁹. *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny* przypomina, że to także: „wzajemne porozumienie, przekaz myśli, udzielenie wiadomości; łączność za pomocą linii telefonicznych, sieci komputerowych, internetowych; również przesyłanie informacji, danych”¹²⁰. Najlepiej komunikację w firmie IT opisuje w słowniku wyrazów obcych Mirosław Jarosz, przypominając, że jest to wszelka:

wymiana informacji za pomocą znaków między istotami żyjącymi, a także między ludźmi i maszynami; przekazywanie informacji, porozumiewanie się ludzi za pomocą środków językowych lub niejęzykowych (gestykulacji, mimiki). W znaczeniu technicznym i informatycznym, w cybernetyce, jest to przekazywanie informacji między układami lub między układem a otoczeniem¹²¹.

Każda z tych definicji znalazła odzwierciedlenie w wynikach badań nad komunikacją w wybranej grupie społecznej, której członkowie:

- powiązani są określonymi relacjami,
- tworzą własne teksty, budują indywidualny system komunikacyjny,
- kształtują własny wspólnotowy obraz świata: „z niektórymi z naszego teamu to jeszcze nie widzieliśmy się w realu, ale czuję się, że znam ich tak dawno, jakbyśmy byli codziennie w biurze [...]”,
- wypracowują wspólny system wartości: „widziałeś co teraz potrafi AI?”,
- używają wypracowanego kodu wspólnotowego: „eskaluję te taski, żeby szybciej wyszedł deploy na prod”.

¹¹⁷ Jest to przykład szybkiego komunikatu między szefem zespołu a pracownikiem.

¹¹⁸ Przykład krótkiej rozmowy pomiędzy pracownikiem a szefem, bez zachowania dystansu.

¹¹⁹ *Słownik języka polskiego*, red. W. Doroszewski, t. 3, Warszawa 1961, s. 892; *Uniwersalny słownik języka polskiego*, red. S. Dubisz, t. 2, Warszawa 2003, s. 192; M. Arct, *Słownik ilustrowany języka polskiego...*, s. 263; *Słownik współczesnego języka polskiego*, red. B. Dunaj, Kraków 2000, s. 254.

¹²⁰ *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, red. H. Zgólkowa, t. 17, Poznań 1994-2005, s. 94-95.

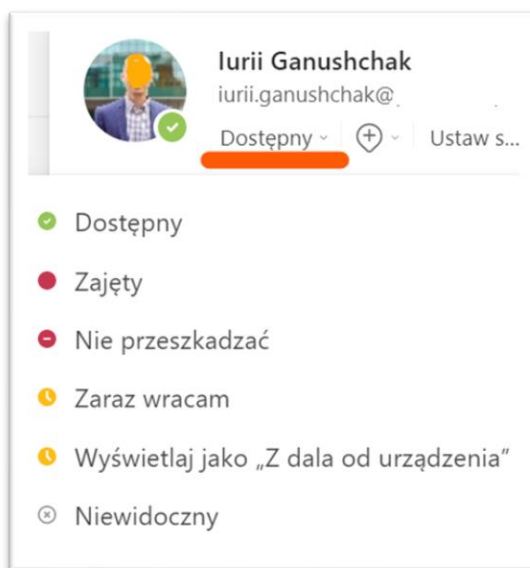
¹²¹ M. Jarosz, *Słownik wyrazów obcych...*, s. 390.

Według teorii strukturacji komunikacja, jako proces wymiany informacji, obejmuje różne ścieżki dostarczania komunikatów, różne formy i typy przekazów. Komunikaty mogą być **jednokierunkowe** (ogłoszenia, informacje do wszystkich pracowników w mailach lub na czatach ogólnych) lub **dwukierunkowe** (rozmowa, komunikacja mailowa, telefoniczna, Internetowa). Proces strukturacji w firmach IT, obejmuje:

- **komunikację wewnętrzną** – między pracownikami danej firmy, z uwagi na strukturę, w kierunku poziomym i pionowym;
- **komunikację zewnętrzną** – pomiędzy pracownikami danej firmy lub firmą w całości z osobami z zewnątrz; mogą to być klienci, kontrahenci, potencjalni klienci; w komunikacji zewnętrznej również występuje podział na poziomą i pionową.

W ramach **komunikacji wewnętrznej** rozpatrujemy:

- **werbalną**, która występuje w formie **ustnej** i **pisemnej**; **ustna** może mieć charakter **bezpośredni** (rozmowa prywatna, w zespole) lub **pośredni** (rozmowa telefoniczna, telekonferencja);
- **niewerbalną**, która uzupełnia przekazy werbalne oraz wpływa na sposób ich interpretacji (status użytkownika na czacie online lub offline, wygląd zewnętrzny osoby, co ściśle wiąże się z praktykowanym w korporacjach tzw. casual Friday, ikonografia zastępująca przekaz werbalny) (Rys. 5):



Rys. 5. Przykład ikonografii jako przekazu niewerbalnego. Źródło: opracowanie własne programu Microsoft Teams.

W ramach **komunikacji zewnętrznej** także uwzględniamy komunikację:

- **werbalną**, występującą w formie **ustnej** (spotkania zewnętrzne, wyjazdy do klienta, prezentacje) i **pisemnej** (komunikacja mailowa, poczta tradycyjna, chatbot); w ramach **ustnej** wyodrębniamy **bezpośrednią** (rozmowy osobiste, spotkania) i **pośrednią** (telekonferencje, komunikacja telefoniczna, szkolenia za pomocą platform internetowych);
- **niewerbalną** (reklama, strona firmowa, logo).

W powyższej strukturze w ramach komunikacji werbalnej niektórzy badacze wyróżniają trzeci typ – **komunikację elektroniczną**¹²², natomiast w prowadzonych badaniach nie wyodrębniono jej jako osobnego typu komunikacji, tylko jako sposób transmisji danych.

Strukturacja komunikacji, będąca wynikiem procesu strukturyzacji pracy, uwzględnia wewnętrzne i zewnętrzne zasady porozumiewania się. Koncentrując uwagę na komunikacji ustnej i pisemnej, warto wskazać kilka zasad obowiązujących w badanych firmach. Część komunikatów, dotyczących bezpośrednio pracy, może być przekazana w formie mówionej i nie wymaga potwierdzenia na piśmie: „ufam ci, na pewno dasz radę ogarnąć tego briefa do środy, jak coś, to masz mój support”, „proszę w trybie pilnym zajmij się tym raportem [...]”. Jest natomiast szereg komunikatów wymagających potwierdzenia na piśmie w formie elektronicznej, np. w formie e-maila lub w wiadomości na czacie firmowym, a nawet z kopią do wiadomości kierownika czy przełożonego (np. prośba o zakup nowego sprzętu do pracy, laptopa, telefonu, opłaty za abonament na serwisie internetowym usprawniającym pracę): „Cześć Admini, mam prośbę o zakup nowego służbowego telefonu. Akcept team leada jest, Dzięki [...]”. Komunikacja ustna zatem umożliwia szybsze otrzymanie reakcji zwrotnej, pozwala na pełniejsze i swobodniejsze wyrażenie myśli: „co za bzdura, czemu nie zgłasza zamówienia przez formularz?”, „zamówię sprzęt od ręki”. Komunikacja pisemna kreuje teksty trwałe, archiwizowane, bardziej sformalizowane, do których można się później odwołać, a ponieważ często dotyczą finansów i działań ograniczonych prawnie, są bardziej szczegółowe i konkretne: „proszę o zamówienie dodatkowych 5 stacji roboczych na mój dział dla nowych pracowników. Koszt szacunkowy 15000 zł netto, w załączeniu linki do proponowanych modeli”, „proszę o zaliczkę 2000 zł na piątkowe wyjście integracyjne dla teamu”.

¹²² M. Budzanowska-Drzewiecka, *Różnice kulturowe w komunikacji biznesowej*, Kraków 2016, s.76-78.

W celu praktycznego zweryfikowania założeń teoretycznych, dotyczących strukturyzacji komunikacji w korporacji IT, podczas badań wewnątrz korporacyjnych przeprowadzono krótki wywiad z pracownikami korporacji na temat komunikacji międzyludzkiej. Na pytania odpowiedziało ponad 100 osób. Wynikiem badania są dwie chmury wyrazów, które gromadzą zbiór kluczowych słów, najbardziej odpowiadających, według zdania respondentów, odpowiedziom na zadawane pytania:

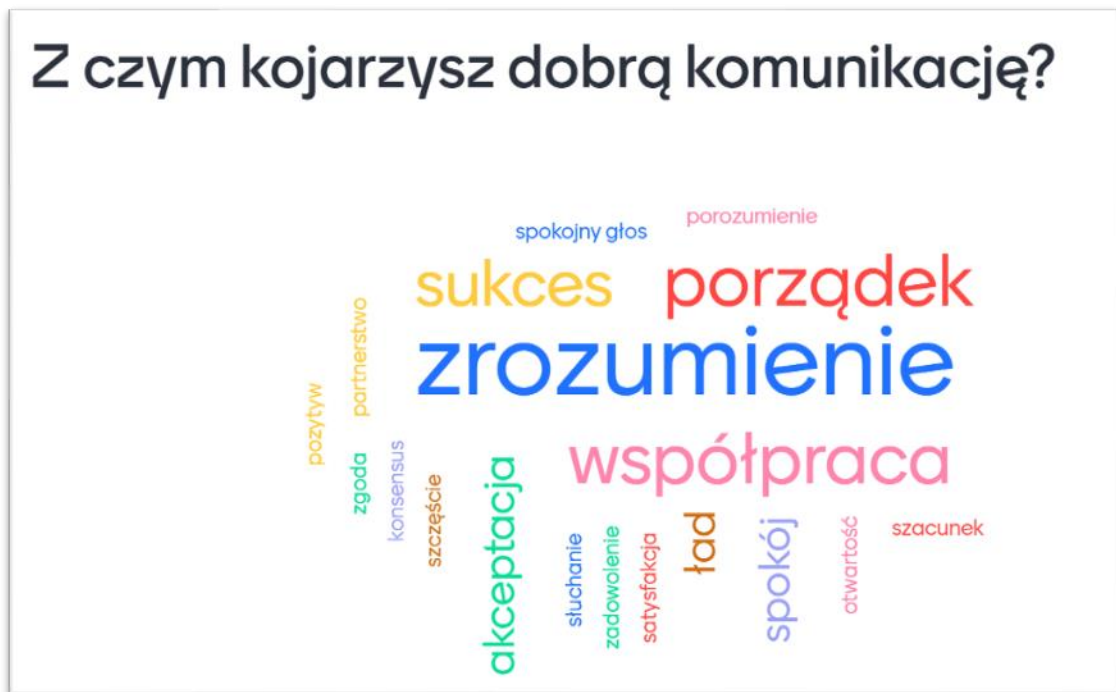
1. Z czym kojarzysz nieprawidłową komunikację?
2. Z czym kojarzysz prawidłową komunikację?

Za pomocą serwisu internetowego www.mentimeter.com w czasie rzeczywistym została utworzona mapa słów (Rys. 6, 7). W zależności od wielkości słowa kluczowego odzwierciedla ona skojarzenia respondentów. Jak widać z mapy słów, zakłócenia komunikacji międzyludzkiej doprowadzają przede wszystkim do niezrozumienia komunikatu czy innej osoby oraz nieporozumienia między uczestnikami komunikacji. Odnotowano również wyrazy, które wiążą nieprawidłową komunikację z konfliktem, chaosem, problemem. Wywołuje ona również mocno negatywne emocje, takie jak: złość, niezgoda, sprzeczność, kłótnia: „nie będę robił zadań źle opisanych i po kilka razy przerabiać”, „weź się do roboty, dopóki nie opiszesz wszystkiego jak należy nic nie dostaniesz”, „deadline’y są dla ciebie, ja mam wiele takich jak ty [...]” [sic!].



Rys. 6. Mapa słów dotyczących skojarzeń z nieprawidłową komunikacją. Źródło: opracowanie własne

Z kolei poprawna komunikacja skutkuje: zrozumieniem, harmonią w relacjach międzyludzkich, efektywnością. Pojawiły się też określenia wiążące się z emocjami, takimi jak: spokój, pozytyw, szczęście, zadowolenie, satysfakcja: „komunikacja w działaniu to podstawa”, „dziękuję za szczegółowe opisanie zadania na Jirze”, „dobrze opisany task to połowa sukcesu”.



Rys. 7. Mapa słów dotyczących skojarzeń z dobrą komunikacją. Źródło: opracowanie własne

Ten krótki test potwierdza rangę dobrej strukturacji procesów komunikacyjnych, czyli efektywność właściwie wypracowanych zasad opartych na właściwej strukturyzacji pracy. Powyższe mapy obrazują także konsekwencje nieprzestrzegania zasad, informują o ewentualnych barierach i ich konsekwencjach.

3. KOD KORPORACJI IT

3.1. Kod pracowników korporacji IT a odmiany funkcjonalne współczesnej polszczyzny

Współcześni badacze nie mają wątpliwości, że język narodowy jest systemem znaków, który służy komunikacji interpersonalnej, że nie może być strukturą jednorodną, gdyż wykorzystywany jest w różnych sytuacjach społecznych¹. Różnicuje się ze względu na funkcjonalność oraz w wyniku relatywizacji kulturowej. Na modyfikacje języka wpływają następujące czynniki: typ sytuacji (oficjalna, nieoficjalna), sytuacja nadawczo-odbiorcza (środowiskowa, zawodowa), dominacja funkcji (ekspresyjna, informacyjna) albo tożsamość etniczna (język ogólny, regionalny)². Analizując podział funkcjonalny języka polskiego oraz miejsce kodu pracowników korporacji IT w tym zbiorze odmian, należy odwołać się do ustaleń takich badaczy, jak: A. Wilkoń³, S. Grucza⁴, S. Grabias⁵, B. Jarosz⁶, Antoni Furdal⁷, Z. Klemensiewicz⁸, których zainteresowanie koncentrowało się między innymi na języku ogólnym oraz jego użyciu w różnych sytuacjach społecznych.

Język ogólny, jak zauważa Z. Klemensiewicz, „jest środkiem porozumienia wszystkich członków narodu bez względu na ich wiek, płeć, pochodzenie socjalne, pochodzenie terytorialne, zawód”⁹. Język ogólny razem z językami regionalnymi tworzą język narodowy. Z kolei język ogólny tworzą język literacki i potoczny. Literacki dzieli się według niego na artystyczny, naukowy i normatywno-dydaktyczny, a potoczny na monologowy i konwersacyjny. Ponadto badacz uznał język ogólny za kod, który odzwierciedla ożywione życie umysłowe i kreację intelektualną. Przejawiają się one w wyrazach abstrakcyjnych, zapożyczonych, rozpowszechnianych przez książki, szkoły, przekazy kulturalne i techniczne oraz warunkowanych środowiskowo, co oddaje specyfikę

¹ Zob. Z. Klemensiewicz, *O różnych odmianach współczesnej polszczyzny*, Warszawa 1953; S. Grabias, *Język w zachowaniach społecznych. Podstawy socjolingwistyki i logopedii*, Lublin 2019; B. Jarosz, *O (nie)tożsamości pojęć...*; A. Furdal *Językoznawstwo otwarte*, Wrocław 2000.

² E. Grzelak, *Zróżnicowanie wewnętrzne języka etnicznego...*, s. 44.

³ A. Wilkoń, *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny...*

⁴ S. Grucza, *Idiolekt specjalistyczny...*

⁵ S. Grabias, *Język w zachowaniach społecznych. Podstawy socjolingwistyki i logopedii*, Lublin 2019.

⁶ B. Jarosz, *O (nie)tożsamości pojęć...*

⁷ A. Furdal, *Językoznawstwo otwarte...*

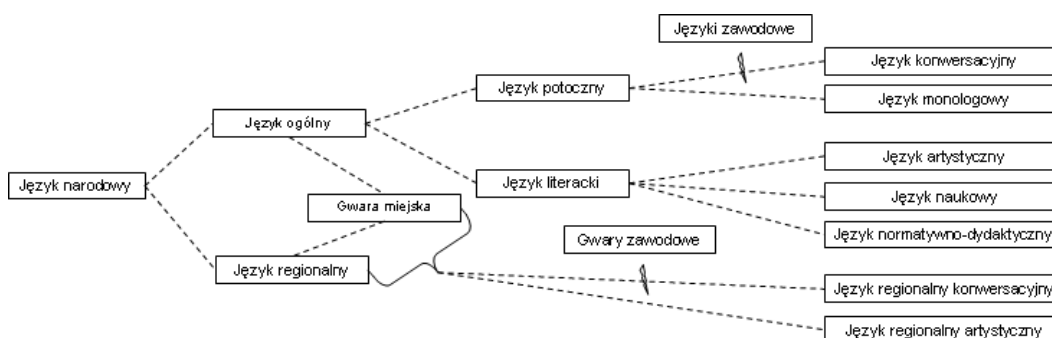
⁸ Z. Klemensiewicz, *O różnych odmianach współczesnej polszczyzny...*, s. 186.

⁹ Z. Klemensiewicz, *O różnych odmianach współczesnej polszczyzny...*, s. 186.

życia miejskiego. Te spostrzeżenia potwierdzają, że kod pracowników korporacji IT, mimo swojej odmienności, należy do polszczyzny ogólnej, gdyż jest wynikiem specyficznych przekazów technicznych warunkowanych środowiskowo.

Stanisław Urbańczyk w swoim modelu funkcjonalnym polszczyzny zwrócił uwagę na odmiennosc języka mówionego i pisanego¹⁰. Jest to ważne spostrzeżenie w kontekście badanego kodu pracowników firm IT, gdyż istotna część zebranej leksyki realizowana jest głównie oralnie lub zapisywana wariantywnie.

Według Z. Klemensiewicza (Rys. 8) język regionalny oraz gwara miejska tworzą się z regionalnego artystycznego języka oraz języka regionalnego konwersacyjnego, który zawiera gwary zawodowe. Zasoby leksykalne odmian zawodowych języka obejmują głównie terminologię zawodową oraz codzienną leksykę i metaforykę zawodową, dane zjawisko badacz jednak marginalizował. Nazw „język” i „gwara” używał ze względu na dynamiczny rozwój tego rodzaju komunikacji¹¹. Różnicę pomiędzy językiem zawodowym a gwarą zawodową odnotowywał głównie na poziomie słownictwa. Analizując komunikację pracowników IT, zwrócono szczególną uwagę na leksykę, jednak opisując kontekst komunikacji, podkreślono, że komunikowanie elektroniczne wpływa także na system języka, potwierdzają to szczegółowe opracowania na ten temat¹².



Rys. 8. Podział funkcjonalny języka za Z. Klemensiewiczem. Źródło: Klemensiewicz Z., *O różnych odmianach współczesnej polszczyzny*, Warszawa 1953.

Odmienną metodę klasyfikacji języka polskiego zaproponował A. Furdal, który wyodrębnił dwanaście odmian, w tym język zawodowy¹³. Według niego język zawodowy w stosunku do języka potocznego jest ograniczony znaczeniowo. A. Furdal w swoim

¹⁰ S. Urbańczyk, *Rozwój języka narodowego...*, s. 23.

¹¹ Z. Klemensiewicz, *O różnych odmianach współczesnej polszczyzny...*, s. 186.

¹² R. Dzioba, *Netspeak – nową hybrydą językową*, [w:] *Język@multimedia*, red. A. Dytman-Stasiński, J. Stasiński, Wrocław 2005, s. 463-478; M. Smoleń-Wawrzusiszyn, *Socjolekty wirtualne - metody lingwistyki a komunikacja językowa w społecznościach sieciowych*, [w:] *Metody badań online*, red. P. Siuda, Gdańsk 2016, s. 182-234.

¹³ A. Furdal, *Językoznawstwo otwarte...*, s. 41.

badaniu wykorzystuje wobec języka pisanego i mówionego kryterium fleksyjne, składniowe i fonetyczne. Jako języki mówione wskazał język miejski, ludowy i częściowo literacki. Do języka pisanego zaliczył pozostałą część języka literackiego. Ze względu na to, że język służy komunikacji interpersonalnej, można uznać, że dostosowuje się on do konkretnej sytuacji, jest kontekstowo adekwatny oraz modyfikowany funkcjonalnie. Jeżeli jest niewielkie zróżnicowanie społeczne komunikujących się osób, wtedy różnice językowe są drobne, ale w przypadku zamkniętej grupy zawodowej, społecznej, która buduje jako element identyfikacyjny także własną odrębność kulturową, dynamika różnicowania kodu rośnie¹⁴. Tak dzieje się w społecznościach korporacyjnych, które tworząc swój odrębny, zamknięty świat zawodowy, identyfikują się poprzez własny odmienny kod. Odrębność językowa to efekt rozwarstwionych kontaktów społecznych. Praca oraz życie kulturalne ułatwiają kreowanie wspólnot komunikacyjnych. Obecnie powstaje coraz więcej zamkniętych grup komunikacyjnych, odzwierciedlających rozwarstwienie społeczne mieszkańców konkretnego kraju¹⁵. A. Furdal podkreślał, że w wyniku zróżnicowanego kontekstu komunikacyjnego oraz funkcji języka jako przekazu, pojawia się także zróżnicowanie stylistyczne, bez względu na różnice socjalne, co według badacza jest wynikiem rozwoju cywilizacji. Te różnice odzwierciedlają rodzaj wykonywanej pracy, a nie miejsce jej wykonywania¹⁶; tezę tę potwierdziły analizy tekstologiczne przekazów redagowanych przez pracowników korporacji IT. Analizy te pokazały, że różnorodność związków społecznych wywiera wpływ także na kod komunikacji korporacyjnej. Szczegółowy opis tych zależności został zaprezentowany w dalszej części pracy, prezentującej zróżnicowanie wewnętrzne badanego języka, będące wynikiem procesów strukturacyjnych.

Język potoczny, funkcjonujący w formie mówionej i pisanej, jest podstawową odmianą języka, która służy komunikacji codziennej, pozwala ona realizować przede wszystkim funkcje poznawcze i emocjonalne. W społeczeństwach, które są wewnętrznie słabo zróżnicowane, język ten może być jedynym lub głównym, ale w społeczeństwach, które są zaawansowane w zakresie kulturalnym oraz ekonomicznym, jest on jedną z wielu odmian języka. A. Furdal wskazuje kilka cech wspólnych i różnych języka pisanego oraz mówionego. Według niego odmiana pisana dąży do oddania właściwości fonetycznych

¹⁴ A. Furdal, *Językoznawstwo otwarte...*, s. 42

¹⁵ A. Furdal, *Językoznawstwo otwarte...*, s. 142.

¹⁶ A. Furdal, *Językoznawstwo otwarte...*, s. 143

odmiany pisanej, w obu odmianach w dużym stopniu pozostaje bez zmian także fleksja¹⁷. Zauważa jednak, że słownictwo języka pisanego jest bogatsze niż języka mówionego, charakteryzuje się utrwalonym i kontekstowo uściślonym znaczeniem, a leksyka jest precyzyjna semantycznie. Składnia przejawia wyraźną skłonność do budowania zdań podrzędnych o bogatej konstrukcji. Dla języka mówionego ważną rolę gra konstrukcja wypowiedzi oraz gesty i mimika, a także charakterystyczne jest występowanie wielu równoważników zdań, zauważalna jest monotonia, przewaga zdań pojedynczych i ubóstwo konstrukcji. Jednym z ważniejszych wyznaczników różnicujących język pisany i mówiony jest zatem składnia. W przypadku kodu pracowników korporacji IT składnia języka pisanego w przekazach oficjalnych jest staranniejsza, jednak równie słabo rozbudowana strukturalnie, w komunikacji codziennej, wewnętrznej, nieoficjalnej w znacznym stopniu odzwierciedla komunikację ustną¹⁸.

Podsumowując, A. Furdal w swoich badaniach rozpatrywał zróżnicowanie języka zdecydowanie bardziej pod kątem społecznym niż Z. Klemensiewicz, który koncentrował uwagę na odmianach: regionalnej, miejskiej i zawodowej, a odmianę zawodową marginalizował, co widać w opracowanym przez niego powyższym schemacie (Rys. 8). A. Furdal uwzględniał dodatkowe różnice społeczne, na przykład aspekt związany z rodzajem wykonywanej pracy oraz zróżnicowanie stylistyczne języka, będące wynikiem rozwoju cywilizacyjnego.

Do obu powyższych teorii odwołał się A. Wilkoń, który w badaniach Z. Klemensiewicza dostrzegł słuszne wprowadzenie terminu „język ogólny” w znaczeniu odmiennym od „języka literackiego” oraz zaakceptował zaproponowaną przez niego definicję.

Według A. Wilkonia w ramach języka ogólnego są rozpoznawane różnorodne style, w tym potoczny, który jest również zamiennie nazywany „językiem potocznym”. Jest to „odmiana języka mówionego, mająca najszerszy uzus i związana z codzienną komunikacją”¹⁹. Miał jednak odmienne od Z. Klemensiewicza spojrzenie na definicję „języka narodowego”, gdyż skłaniał się bardziej do określenia zaproponowanego przez S. Urbańczyka – „język etniczny”²⁰. Podważał również zasadność podziału na „język monologowy” i „język konwersacyjny”.

¹⁷ A. Furdal, *Językoznawstwo otwarte...*, s. 145

¹⁸ Zob. szczegółowe omówienie znajduje się na s. 109-113 danej dysertacji.

¹⁹ A. Wilkoń, *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny...*, s. 52.

²⁰ S. Urbańczyk, *Rozwój języka narodowego...*, s. 9-33.

A. Wilkoń uznał za słuszną też klasyfikację A. Furdala, która zwraca uwagę na system semantyczny i jego ważną rolę w identyfikacji odmian funkcjonalnych języka ogólnego, np.: języka potocznego, naukowego oraz artystycznego. Wyodrębnił on, podobnie jak jego poprzednicy, język ogólny i gwary ludową w ramach współczesnego języka polskiego. Według niego, „współczesny język ogólny ma charakter języka w pełnym tego słowa znaczeniu ogólnonarodowego: mogą się nim posługiwać wszystkie warstwy społeczne we wszystkich regionach, co znaczy, że wszyscy się nim posługują”²¹. W schemacie A. Wilkonia (Rys. 9) język ogólny, gwary ludowe oraz języki mieszane stanowią podstawowe, najogólniejsze odmiany języka polskiego. Gwary ludowe, jego zdaniem, są to nie tylko gwary wiejskie, ale również gwary miejskie. W wyniku procesów interferencyjnych pomiędzy gwarami ludowymi i potocznymi odmianami języka ogólnego powstały liczne odmiany języków mieszanych, zarówno w miastach, jak i na wsi.

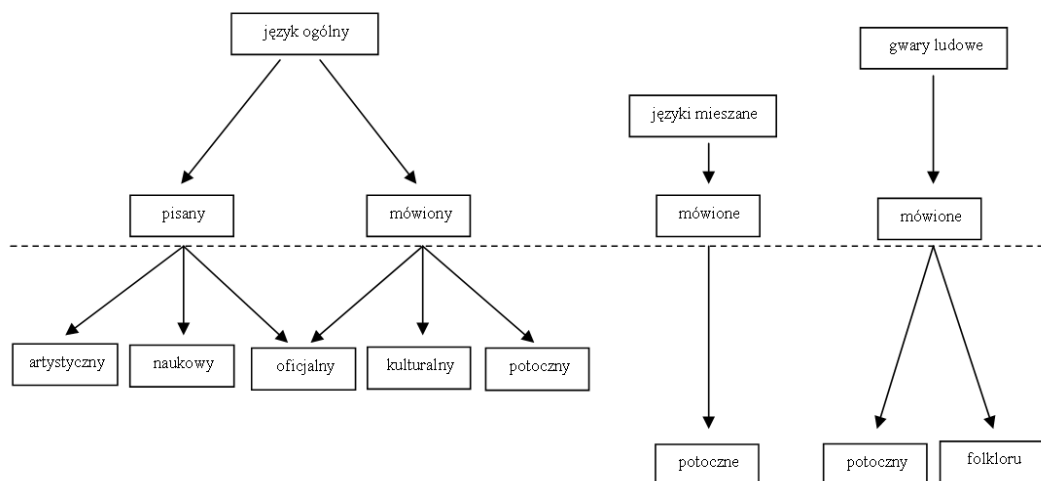
Do wewnętrznego zróżnicowania odmian funkcjonalnych polszczyzny A. Wilkoń wprowadził termin „socjolekt”, który pochodzi z socjolingwistyki oraz nawiązuje do terminów: „idiolekt” i „dialekt”. Zaproponował, żeby nazywać „socjolektem” odmiany językowe, które występują w społecznościach identyfikowanych jako: warstwa społeczna, klasa, środowisko oraz grupa zawodowa²². Obok socjolektu wyodrębnił także „psycholekt”, czyli odmianę języka, która warunkowana naturą psychiczną nadawcy²³, oraz „biolekt” – język warunkowany płcią albo wiekiem użytkownika. Istotne dla badań nad kodem pracowników korporacji IT było wskazanie przez niego odmiany zwanej „profesjolektem”, jako odmiany zawodowej, zgodnej z listą zawodów w Polsce, np. lekarzy czy piekarzy²⁴. Zwracał też szczególną uwagę na rosnące znaczenie społeczne tej odmiany języka.

²¹ A. Wilkoń, *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny...*, s. 24.

²² A. Wilkoń, *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny...*, s. 87-99.

²³ A. Wilkoń, *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny...*, s. 103-104.

²⁴ A. Wilkoń, *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny...*, s. 99-101.



Rys. 9. Podział funkcjonalny języka A. Wilkoń. Źródło: Wilkoń A., *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny*, Katowice 2000.

Język profesjonalny, zwany też profesjolektem, to werbalne narzędzie, które umożliwia sprawne i skuteczne funkcjonowanie w ramach danej wspólnoty zawodowej²⁵. Jak to ujmują A. Wilkoń, względnie o czystej funkcji zawodowej można mówić, stosując formułę „potoczność” + „słownictwo specjalne”. Język środowiskowy odnosi się do wariantów używanych w grupach społecznych, wyodrębniających się z ogółu społeczeństwa pod względem wieku (młodzieżowy, uczniowski) albo wykonywanego zawodu²⁶. Z kolei język specjalistyczny to specyficzny język ludzki tworzony na potrzeby interpersonalnej komunikacji profesjonalnej w obrębie zamkniętych wspólnot specjalistów²⁷. Badany kod można uznać za język profesjonalny//profesjolekt, gdyż obsługuje on komunikację w zamkniętej grupie specjalistów z zakresu IT.

Podsumowując powyższą prezentację teorii, dotyczących podziału funkcjonalnego współczesnego języka polskiego, warto przywołać spostrzeżenia Renaty Przybylskiej, która wskazała najważniejsze elementy mające wpływ na zróżnicowanie polszczyzny w większości schematów:

- zasięg geograficzno-terytorialny języka;
- zasięg kontaktu językowego: prywatny, lokalny, ogólnopolski;
- sposób przekazywania komunikatu językowego: mówiony (ustny) lub pisany;
- typ sytuacji komunikacyjnej: oficjalna lub nieoficjalna;

²⁵ A. Seretny, *Leksyka w nauczaniu języka specjalistycznego – potrzeby akademickie a potrzeby zawodowe*, „Acta Universitatis Lodziensis. Kształcenie Polonistyczne Cudzoziemców” 2017, nr 24, s. 149-150.

²⁶ B. Jarosz, *O (nie)tożsamości pojęć...*, s. 5.

²⁷ S. Grucza, *Idiolekt specjalistyczny...*, s. 35.

- szczególna sfera społeczna komunikowania się: życie codzienne (rodzina, znajomi itp.), życie zawodowe, udział w życiu odrębnych grup społecznych lub subkultur, administracja i urzędy, nauka, polityka, religia, reklama;
- zakres tematyczny wypowiedzi: ogólny lub specjalistyczny;
- charakterystyka socjalna uczestników komunikacji językowej: płeć, wiek, wykształcenie, miejsce zamieszkania (miasto czy wieś), poziom aspiracji społecznych, stopień zażyłości łączący rozmówców”²⁸.

Wszystkie powyższe czynniki wskazane przez badaczkę są istotne nie tylko przy wyodrębnianiu kodu pracowników firm IT, odgrywają one ważną rolę w analizach, dotyczących zróżnicowania wewnętrznego badanego kodu. Zasięg geograficzno-terytorialny analizowanego języka ma charakter globalny, prywatny zasięg kontaktu i otwarty wpływają na formę przekazu, szczególnie na jej czytelność semantyczną. O różnicach wynikających z charakteru przekazu ustny – pisemny, oficjalny – nieoficjalny, wspomniano już wcześniej. Przynależność do zamkniętego kręgu pracowników firmy IT, nie niweluje wewnętrznych różnic językowych, każda z grup wewnątrzspółnotowych kształtuje własny system leksykalny, związany z zakresem obowiązków, zakresem tematycznym przekazów oraz warunkowany kontaktami zewnętrznymi²⁹. W mniejszym stopniu wpływ na różnicowanie wewnętrzne kodu języka pracowników IT mają wspomniane przez R. Przybylską: wiek, płeć, poziom aspiracji, kompetencje, miejsce zamieszkania. Definiują one całą grupę, gdyż w większości są to młodzi ludzie, o ogromnych ambicjach, często pracujący zdalnie i globalnie, nowocześni, kompetentni w zakresie swoich działań, nie mający problemów z komunikacją na granicy płci.

Obserwując komunikację w firmach IT, można także przyjąć, że obsługujący ją specyficzny kod ma wiele wspólnego z językiem naukowym, który według opracowań leksykograficznych³⁰ jest językiem, charakteryzującym się występowaniem słownictwa specjalistycznego i ścisłością sformułowań³¹. Jak słusznie zauważa w swoich badaniach J. Bartmiński, język naukowy bazuje na wiedzy i języku potocznym, a ich relacje polegają nie na wyższości jednego nad drugim, tylko na tym, że język i myślenie naukowe w

²⁸ R. Przybylska, *Wstęp do nauki o języku polskim*, Kraków 2003, s. 47.

²⁹ Zob. szczegółowe omówienie podziału wewnętrznego w dalszej części pracy, s. 103-129.

³⁰ J. E. Harmon, A. G. Gross, *The Scientific Literature: A Guided Tour*, Chicago 2007; J. Bartmiński, *Styl potoczny jako centrum systemu stylowego języka*, „Poradnik Językowy” 1991, nr 1-2.

³¹ *Internetowy słownik języka polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/j%C4%99zyk%20naukowy.html> [dostęp 25.01.2021].

stosunku do języka potocznego ma charakter węższy³². Kod pracowników firm IT dotyczy wąskiej dziedziny wiedzy, nie służy jednak opisowi badań naukowych i poprzez swoją wariantowość semantyczną oraz formalną nie spełnia cechy ścisłości. Biorąc pod uwagę inne cechy kodu pracowników korporacji IT: globalność, funkcjonowanie w zamkniętym środowisku nieokreślonym etnicznie oraz fakt, że jest on narzędziem komunikacji opartym na zamkniętym zbiorze tekstów, można sformułować tezę, że nie jest to odmiana funkcjonalna polszczyzny, ale specyficzny dyskurs.

Dyskurs jest pojęciem wywodzącym się z językoznawstwa, odnosi się do takiego użycia języka, które umożliwia komunikację w danym, wyraźnie sprecyzowanym zakresie tematycznym, w określonej sytuacji zawodowej, społecznej. Tak rozumiany dyskurs jest przedmiotem rozważań pragmatyki językoznawczej. Każdy dyskurs to zbiór tekstów, o którego spójności decyduje oprócz formalnych warunków językoznawczych także kontekst społeczny i kulturowy. Dyskurs obejmuje przekazy zróżnicowane semiotycznie: werbalne i niewerbalne.³³ Kod pracowników firm IT oparty na ograniczonym zawodowo zakresie tekstów, realizowanych w możliwych do opisu zamkniętych sytuacjach środowiskowych// zawodowych, spełnia warunki tak rozumianego dyskursu.

Dyskurs jest współcześnie przedmiotem zainteresowania nie tylko językoznawców, lecz także filozofów i kulturoznawców. John M. Swales w swojej koncepcji dyskursu zwraca uwagę na rangę tekstów³⁴, które odzwierciedlają łączące wspólnotę dyskursywną cele społeczne, przyświecające jej członkom. J.M. Swales uważał, że aby móc efektywnie komunikować się w ramach danej wspólnoty dyskursywnej, należy posiadać wiedzę i kompetencje, umożliwiające tworzenie i interpretację produkowanych przez tę wspólnotę tekstów. Ważny jest też fakt, że wspólnota dyskursu zakłada różny stopień wtajemniczenia jej członków, jest to zgodne z sytuacją komunikacyjną w korporacjach IT. Różnice wtajemniczenia uwidaczniają się w ramach komunikacji zewnętrznej, w której stopień wtajemniczenia//znajomości kodu i tekstów jest bardzo zróżnicowany i stanowi istotną barierę komunikacyjną. W ramach dyskursu akceptuje się również członkostwo w więcej niż jednej wspólnocie, co znajduje odzwierciedlenie w postępującej uniwersalizacji//globalizacji niektórych wspólnot. W ramach komunikacji korporacyjnej przekraczane są granice języka etnicznego, co jest istotną cechą funkcjonalną dyskursu.

³² J. Bartmiński, *Styl potoczny jako centrum systemu stylowego języka...*, s. 16.

³³ S. Rudnicki, *Ciało i tożsamość w internecie. Teoria, dyskurs, codzienność*, Warszawa 2013; *Przeobrażenia w języku i komunikacji medialnej na przełomie XX i XXI wieku*, red. M. Karwatowska, A. Siwiec, Lublin 2010.

³⁴ J. M. Swales, *Genre analysis: English in academic and research settings*, Cambridge 1990.

Oznacza to, że wspólnoty dyskursywne mogą powstawać ponad etnicznymi wspólnotami językowymi bez względu na rodzimy język jej członków. W ramach komunikacji IT pojęcia: naród, etniczność schodzą na drugi plan i zastępowane są wspólnotą celów. Podstawą relacji dyskursywnych jest konwencja, w tym przypadku uniwersalne zasady przekazu wirtualnego³⁵.

Wskazanie kodu korporacji IT jako wspólnoty dyskursywnej wyeliminowałoby problem opozycji język rodzimy – język obcy. Ponieważ z perspektywy normy językowej uniwersalność kodu pracowników korporacji IT, jego globalizacja i naruszanie kryterium narodowego są jednak istotnym współczesnym problemem kulturowo-językowym, wymagającym zbadania i podkreślenia, w dalszych analizach zrezygnowano z odwoływania się do teorii dyskursu i nie potraktowano badanego kodu jako kodu wspólnoty dyskursywnej, co jest zgodne z założoną dla tych badań perspektywą ekolingwistyczną.

Po głębszej analizie uznano także, że badany kod nie jest nowomową³⁶, pidginem³⁷, kreolem³⁸ czy slangiem³⁹, jest on bliższy profesjolektowi albo socjolektowi.

Mając na uwadze przedstawione powyżej teorie na temat zróżnicowania funkcjonalnego języka oraz teorię dyskursu, w dalszych analizach wykorzystano teorię kodów językowych B. Bernsteina⁴⁰. Zgodnie z tą teorią badany kod jest kodem wspólnotowym, bardzo specyficznym, stworzonym przez pracowników branży IT, odpowiadającym ich potrzebom komunikacyjnym. Jest to kod, którego leksyka ma

³⁵ *Język w Internecie. Antologia*, red. M. Kita, I. Loewe, Katowice 2016.

³⁶ Zgodnie z tezą M. Głowińskiego nowomowa jest w tym przypadku rozumiana jako język związany ze współczesną kulturą masową, przeważnie niepoprawny, uproszczony i niedbały; zob. M. Głowiński, *Nowomowa...*, s. 173.

³⁷ Pidgin jest rozumiany jako połączenie języków między różnymi grupami narodowymi, które posiadają różne języki rodzime, charakteryzuje się uproszczeniami, niefleksyjnością i uniwersalizacją, zgodnie z teorią D. Ochotnej; zob. D. Ochotna, *Język polskiej agory wirtualnej...*, s. 86-88.

³⁸ Kreol jest jedną z odmian pidgin, rozumiany na podstawie badań D. Ochotnej jako połączenie dwóch języków, gdzie jeden z języków staje się dominującym; zob. D. Ochotna, *Język polskiej agory wirtualnej...*, s. 88.

³⁹ Według definicji słownikowej, slang jest rozumiany jako mocno potoczna, nieformalna, niestandardowa w języku mówcy leksyka, która ma ograniczony zasięg społeczny, zob. *Slang*, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/slang;3976344.html>, [dostęp 21.05.2021].

⁴⁰ Dana teoria wydaje się przydatna w kontekście prowadzonych badań, gdyż jest ona modelem teoretycznym, który próbuje wyjaśnić, jak różne grupy społeczne używają języka w różnych kontekstach i sytuacjach komunikacyjnych. Według badacza istnieją dwa główne rodzaje kodów językowych: kod restrykcyjny i kod elaborowany. Kod restrykcyjny jest formą języka stosowaną głównie w społecznościach o niskim statusie społecznym, gdzie występuje silna więź i wspólna kultura. Kod elaborowany z kolei występuje głównie w społecznościach o wyższym statusie społecznym i edukacji, jest bardziej skomplikowany, formalny i zależy od jawnych reguł językowych. Dana teoria wprowadza również pojęcie tak zwanej „kompetencji kodowej”, czyli umiejętności posługiwania się odpowiednim kodem językowym w zależności od kontekstu, zob. B. Bernstein, *Class, codes and control. Theoretical Studies towards a Sociology of Language*, London 2003.

charakter specjalistyczny i profesjonalny; należałoby nawiązać w tym momencie do rozróżnienia wynikającego z badań B. Jarosz, która wskazuje, że język specjalistyczny dotyczy wąskich dziedzin specjalistycznych i rzadko jest używany w języku codziennym, podczas gdy język profesjonalny odnosi się do języka z konkretnej dziedziny, ale używany jest bardziej powszechnie w języku codziennym.

3.2. Kod pracowników korporacji IT z perspektywy ekolingwistyki

Istotną cechą kodu pracowników korporacji IT, jak podkreślano wcześniej, szczególnie omawiając teorię wspólnoty dyskursywnej, jest jego uniwersalizm i konsekwentne naruszanie normy językowej głównie w zakresie kryterium narodowego oraz kryterium formalnego. Jest to problem większości współczesnych języków, jednak właśnie w ramach badanego kodu ujawnia się on najintensywniej. Proces ten wydaje się uzasadniony funkcjonalnie, został wymuszony międzynarodowymi kontaktami, jest zgodny z wymogami ekonomii języka/komunikacji⁴¹, nie jest też sprzeczny z tendencjami kulturowymi i społecznymi. Jednak jego dynamika budzi wątpliwości i coraz częściej uznawana jest za rosnące zagrożenie dla języków narodowych, na co zwracają uwagę ekolingwiści.

Ekolingwistyka, jako nowy kierunek badań, powstała w drugiej połowie XX wieku. Prowadzone przez nią badania mają charakter interdyscyplinarny, obejmują: ekologię ogólną, ekologię człowieka i językoznawstwo⁴². J. Junkiert, psycholog, propagatorka ekolingwistyki, uważa, że każdy język ma swoje specyficzne środowisko, a używany przez lokalną społeczność odzwierciedla jej kulturę. Komunikację w danej kulturze wspomagają lub zakłócają różnorakie strategie językowe, na akty komunikacyjne wpływa także ich kontekst społeczny i kulturowy. Twórcą koncepcji ekologii języka był amerykański lingwista E. Haugen. W 1970 r. zdefiniował on ekolingwistykę jako naukę o komunikowaniu się między jakimkolwiek językiem a jego środowiskiem⁴³. Według E.

⁴¹ E. Łukasiewicz, *Czy język to projekt doskonały? Zasada ekonomii w strukturze języka i założeniach programu minimalistycznego*, [w:] *Filozofia Nauki*, nr 16(1), Warszawa 2008, s. 27-40.

⁴² J. Junkiert, *Psychologia w służbie ekologii człowieka...*, s. 42-49.

⁴³ M. Zakrzewska, *Tabu a ekolingwistyka w tłumaczeniu*, http://www.academia.edu/7342705/Tabu_a_ekolingwistyka_w_t%C5%82umaczeniu [dostęp 11.03.2019].

Haugena ekologię języka można uznać za naukę o współdziałaniu języka z jego otoczeniem, natomiast środowiskiem/otoczeniem języka jest społeczeństwo, które posługuje się językiem jako jednym ze swoich kodów. Język, według teoretyka, istnieje tylko w świadomości tych, którzy mówią, którzy korzystają z niego i działa tylko podczas komunikacji z innymi mówiącymi oraz z ich społecznym i przyrodniczym otoczeniem. To daje podstawy E. Haugenowi, by twierdzić, że ekolingwistyka z jednej strony ma psychologiczną naturę, która ujawnia się poprzez współdziałanie z innymi językami mówiących, z drugiej strony ma społeczną naturę, ponieważ język funkcjonuje w społeczeństwie jako środek komunikacji.

Wśród wielu aspektów ekolingwistycznych zagadnień E. Haugena do najważniejszych należą:

- problem językowej demografii;
- opis interakcji języka i jego nośników, biorący pod uwagę regionalne, klasowe lub religijne ich pochodzenie;
- specyfika instytucjonalnego wsparcia języka (rządowe ustawy, akty prawne itp.);
- wyjaśnienie stosunku mówiących do języka;
- poziom standaryzacji języka i opis pisemnego kodowania.

Ekolingwistyczne badania od połowy lat 80. XX wieku były kontynuowane przez niemieckiego językoznawcę H. Haarmanna, który jako pierwszy zainteresował ekolingwistyką slawistów. Przedmiotem jego dociekań były lingwoekologiczne zmienne⁴⁴.

Ekolingwistyka na obecnym etapie poznania, w epoce globalizacji, determinizmu technologicznego, stała się jedną z interdyscyplinarnych teorii badawczych językoznawstwa, pomagającą ocenić stan języka lub jego poszczególnych podsystemów w szerszym kontekście społecznym i kulturowym. Do typowych zagadnień ekolingwistycznych istotnych dla badań prowadzonych nad kodem pracowników korporacji IT, szczególnie nad jego leksyką, należy zaliczyć:

- stopień nasycenia zapożyczeniami języka polskiego (narodowego);
- procesy adaptacyjne obcego słownictwa oraz ich przebieg, na przykład przejmowanie słownictwa bez zmian, modyfikacja wyrazów pod kątem graficznym, morfologicznym czy semantycznym;
- dynamikę wymieniania i uzupełniania pierwotnych zasobów leksykalnych.

⁴⁴ H. Haarmann, *Language in Ethnicity...*

W ramach ekolingwistyki istotne dla dalszych rozważań okazały się także spostrzeżenia S. Puppła, że kod wspólnotowy jest narzędziem komunikacji w granicach wspólnoty oraz formą długoterminowego zapisu kultury tejże wspólnoty, jej modelu świata oraz wiedzy o nim⁴⁵. Zgodnie z tą koncepcją język polski jako język naturalny powstał w wyniku rozwoju historycznego⁴⁶ i – w przeciwieństwie do języków sztucznych – ewoluuje. Potwierdza to D. Ochotna, wskazując, że język jest żywy, czyli muszą zachodzić w nim różnego rodzaju zmiany⁴⁷. Pozostaje pytanie o akceptowalne granice tych zmian oraz o to, czy powinny one mieć charakter interferencyjny.

Zapózyczenia albo elementy językowe pochodzące z innych języków to nieodłączna część każdego rozwijającego się języka. Jak twierdzi Sarah Grey Thomason, nie ma żadnego dowodu na to, że istnieje jakikolwiek język, który rozwinął się w totalnej izolacji od innych⁴⁸.

Proces ten dotyczy także polszczyzny. Na przestrzeni lat znaczący wpływ na polszczyznę miały różne języki. Najstarsze zapózyczenia w języku polskim pochodzą z łaciny i wiążą się z przyjęciem przez Polskę chrześcijaństwa w obrządku zachodnim. Wraz z nową religią pojawiły się w polszczyźnie imiona chrześcijańskie, a także związane z nią słownictwo kościelne. Zapózyczenia te miały przeważnie charakter pośredni, ponieważ przenikały do polszczyzny przez język niemiecki i czeski. Jak zauważył Mirosław Bańko, bezpośrednich zapózyczeń z łaciny w średniowiecznej polszczyźnie było niewiele. Przeważnie było to słownictwo biblijne (np. *cedr*, *manna*), botaniczne (np. *lawenda*, *migdał*) oraz medyczne⁴⁹. Latynizmy pojawiały się aktywnie w na przestrzeni XVI i XVII wieku, było to przeważnie słownictwo abstrakcyjne i specjalistyczne. Oprócz latynizmów odnotowywano również zapózyczenia łacińsko-greckie⁵⁰. Łacina dla ówczesnej Polski była mostem łączącym z kulturą południowej i zachodniej Europy, na początku dostępna dla elit, dopiero w XVI wieku jej znajomość zaczęła się upowszechniać wśród szlachty, swoje apogeum osiągnęła w XVII wieku⁵¹. Na przestrzeni wielu stuleci łacina zasilala pola

⁴⁵ *Ochrona języków naturalnych*, „Scripta Neophilologica Posnaniensia”, red. S. Puppel..., s. 9.

⁴⁶ *Internetowy słownik języka polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/sjp/jezyk-naturalny;2468183.html> [dostęp 03.06.2018].

⁴⁷ D. Ochotna, *Struktura komunikatów SMS-owych...*, s. 82.

⁴⁸ S. G. Thomason, *Language contact*, Edinburgh 2001, s. 8.

⁴⁹ M. Bańko, *Nie całkiem obce. Zapózyczenia wyrazowe w języku polskim i czeskim*, Warszawa 2016, s. 28-29.

⁵⁰ A.W. Mikołajczak, *Łacina w kulturze polskiej*, Wrocław 1999.

⁵¹ W. Rzepka, B. Walczak, *Socjolekt szlachecki XVII wieku*, [w:] *Barok w polskiej kulturze, literaturze i języku. Materiały z konferencji naukowej 25–29 sierpnia 1987 r. w Krakowie*, red. M. Stępień, S. Urbańczyk, Warszawa-Kraków 1992, s. 179-188.

semantyczne liturgii, administracji, dyplomacji, literatury, nauki, edukacji, stopniowo jednak traciła te funkcje. W literaturze ustąpiła polszczyźnie w XVI w., w dyplomacji – językom nowożytnym w XVII wieku, w nauce i edukacji – polszczyźnie w końcu XVIII wieku⁵².

Język czeski od XIII wieku do XVI wieku aktywnie oddziaływał na polską fonetykę, fleksję i słowotwórstwo.

Język niemiecki, podobnie jak i czeski, pośredniczył w przenikaniu łacińskiego słownictwa chrześcijańskiego. Najbardziej intensywny wpływ języka niemieckiego na język polski widoczny jest od XIII do XV wieku, w okresie rozbiorów oraz w czasie okupacji. Wiele ówczesnych germanizmów miało zasięg środowiskowy lub profesjonalny (zwłaszcza słownictwo rzemieślnicze, urzędowe), później wiele zapomniano albo świadomie usunięto (ta postawa purystyczna dotyczy zwłaszcza zapożyczeń nowszych), np. *ancug* ‘garnitur’, *banhof* ‘dworzec kolejowy’, *bryftrygier* ‘listonosz’, *ferlezować* ‘odczytywać’. Część pozostała w postaci zapożyczeń właściwych, np. *bruderszaft*, *frajda*, *kajzerka*, *landszaft*, *szwagier* albo kalk, np. *czasopismo*, *krajobraz*, *listonosz*, *miarodajny*, *światopogląd*. Zapożyczenia niemieckie z okresu wojny to np.: *gestapo*, *oflag* oraz powojenne, np. *gastarbeiter*, *kombi*, *szrot*, *szyberdach*⁵³.

Warto odnotować także wpływy języka ukraińskiego i białoruskiego na polszczyznę, ich najstarsze ślady widać w onomastyce, np. w nazwach rzek. W XV wieku wpływy Rusi przeważały w polszczyźnie regionalnej, później także w ogólnej, np. ukraińskiego pochodzenia są: *bohater*, *hałas*, *hodować*, *hultaj*, *morda*. Później, w XIX wieku, ukrainizmy (rutenizmy) upowszechniali poeci romantycy. Za pośrednictwem języka ukraińskiego polszczyzna przyswoiła także pewną liczbę wyrazów orientalnych (np. *bojarzyn*, *druh*, *doczka*, *majdan*), a za pośrednictwem białoruskiego – litewskich. Oddziaływanie obu języków osłabło po II wojnie światowej z powodu zmian politycznych⁵⁴.

Źródłem zapożyczeń dla polszczyzny był także język włoski. Było to związane z wyjazdami Polaków na studia do Włoch oraz z licznymi kontaktami politycznymi i kulturalnymi między obu narodami.

⁵² M. Bańko, *Nie całkiem obce...*, s. 28-29.

⁵³ M. Bańko, *Nie całkiem obce...*, s. 28-30; H. Wollman, *Zapożyczenia niemieckie w języku polskim: Polsko-niemieckie interakcje językowe*, Katowice 2010.

⁵⁴ M. Bańko, *Nie całkiem obce...*, s. 28-30; D. Żurowska, *Zmiany leksykalne w języku polskim pod wpływem języka ukraińskiego*. Wrocław 2003.

Kolejny język, który był źródłem zapożyczeń dla polszczyzny, to węgierski. Aktywnie hungaryzmy przenikały do polszczyzny w XVI i XVII wieku, kiedy oddziały węgierskie służyły w wojskach Rzeczypospolitej, rzadziej miało to miejsce w wieku XVIII i XIX⁵⁵.

Odnotowywane zapożyczenia tureckie w polszczyźnie są świadectwem kontaktów Rzeczypospolitej z Turkami i Tatarami w XVI i XVII wieku. Zapożyczenia te głównie przenikały za pośrednictwem ukraińskiego lub węgierskiego. Bezpośrednich zapożyczeń tureckich jest mało⁵⁶.

Zapożyczenia z języka francuskiego upowszechniły się w XVII w., były konsekwencją kontaktów politycznych. Późniejsze, odnotowane w XVIII–XIX w., odzwierciedlały zainteresowanie kulturą francuską. Obok łaciny i niemieckiego francuski był językiem, który najsilniej wpłynął na leksykę polską.

Zapożyczenia z rosyjskiego mają związek z silnymi wpływami rosyjskimi na polszczyznę w okresie zaborów. Po odzyskaniu niepodległości większość rusycyzmów zniknęła z języka ogólnego, na nowo jednak napłynęły one po II wojnie światowej, co było uzasadnione kontaktami politycznymi.

Współcześnie największy wpływ na polszczyznę ma język angielski, który powoli staje się uniwersalnym językiem świata. W *Słowniku języka polskiego* Samuela Lindego z lat 1807-1814 naliczono zaledwie 17 anglicyzmów, np. *klub*, *piknik*, *poncz*, w *Słowniku języka polskiego* (tzw. wileńskim) z roku 1861 – było już około 180, a w *Słowniku języka polskiego* (tzw. warszawskim⁵⁷) z lat 1900-1927 – około 250⁵⁸. Z powyższych zestawień wynika, że liczba zapożyczeń angielskich zaczęła szybko przyrastać w XIX w., kiedy zapanowała wśród elit moda na język angielski, tym większa, im szerzej znany, a więc bardziej pospolity stawał się francuski. Wpływy języka angielskiego zwiększyły się po II wojnie światowej, gdy zajął on miejsce francuskiego w dyplomacji. Typowe obszary zapożyczeń angielskich to sport (*aut*, *rekord*, *sport*, *tenis*, *trener*), muzyka popularna (*hit*, *jazz*, *pop*, *rock*, *twist*), transport i żegluga (*dok*, *jacht*, *kuter*, *rower*, *tramwaj*), handel i ekonomia (*audyt*, *biznes*, *budżet*, *czek*, *eksport*, *import*), informatyka (*bit*, *bajt*, *internet*, *komputer*, *serwer*) i kultura masowa (*aerobik*, *bikini*, *hejter*, *talk-show*). Coraz częściej formułowane są sądy, że anglicyzmy są dziś obecne w każdej dziedzinie życia i niemal w

⁵⁵ M. Bańko, *Nie całkiem obce...*, s. 28-31.

⁵⁶ M. Bańko, *Nie całkiem obce...*, s. 28-32.

⁵⁷ *Słownik języka polskiego*, red. J. Karłowicz, A. A. Kryński, W. Niedźwiedzki, t. I-VIII, Warszawa 1900-1927.

⁵⁸ M. Mańczak-Wohlfeld, *Angielsko-polskie kontakty językowe*, Kraków 2006.

każdej odmianie języka. Część z nich to wyrazy egzotyczne, które za pośrednictwem angielskim trafiły do polszczyzny z różnych odległych języków, np. *awokado*, *kanu*, *tomahawk*⁵⁹.

Podsumowując, przez cały czas swojego historycznego rozwoju język polski podlegał silnym wpływom języków obcych, nie tylko sąsiedzkich. Najnowsze badania szacują zasób zapożyczeń leksykalnych w polszczyźnie na 25% ogółu wyrazów⁶⁰. Zasób wyrazów międzynarodowych, tzw. internacjonalizmów, w słownictwie współczesnej polszczyzny jest szacowany na 7%⁶¹. Dane te dotyczą języka ogólnego i nie odzwierciedlają aktualnego stanu wielu kodów wspólnotowych, także kodu pracowników firm IT, którego zasób leksykalny został zdominowany przez zapożyczenia z języka angielskiego. Jest to wynik uniwersalnego geograficznie i kulturowo charakteru pracy zdalnej, postępującej globalizacji oferty handlowej⁶², także etnicznego zróżnicowania wspólnot komunikacyjnych we współczesnych firmach, w tym w korporacjach IT. Obcość nie jest widoczna wyłącznie w komunikacji profesjonalnej i specjalistycznej, dotyczy także ogólnych, codziennych kontaktów wspólnotowych, choć w mniejszym zakresie.

Zapożyczenia, jak wskazano wyżej, najczęściej są odpowiedzią na kontakty społeczne, ekonomiczne, kulturalne i polityczne użytkowników danych kodów językowych. Jak zauważa w swoich badaniach M. Witaszek-Samborska:

za zapożyczenie uważa się wszystkie wyrazy przejęte z języków obcych do polszczyzny [...] bez względu na czas zapożyczenia, stopień przyswojenia oraz stopień poczucia ich obcości w świadomości społecznej⁶³.

Wyróżniła ona cztery rodzaje zapożyczeń⁶⁴ (przykłady pochodzą z analizowanego w tej rozprawie leksykonu):

⁵⁹ M. Bańko, *Nie całkiem obce...*, s. 28-34.

⁶⁰ M. Witaszek-Samborska, *Wyrazy obcego pochodzenia we współczesnej polszczyźnie. Na podstawie słowników frekwencyjnych*, Poznań 1992, s. 38.

⁶¹ J. Maćkiewicz, *Wyrazy międzynarodowe (internacjonalizmy) we współczesnym języku polskim*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wrocław 1993, s. 529.

⁶² Przykładem kraju, który odszedł od języka angielskiego na rzecz własnego, jest Francja, gdzie przyjęto ustawę o stosowanie języka francuskiego, tzw. Prawo Toubona. Konsekwencją tego był między innymi negatywny wpływ na obieg ekonomiczny oraz wykorzystywanie nazw angielskich obok francuskich, żeby móc funkcjonować na rynku, zob. P. H. Gordon, S. Meunier-Aitsahalia, *The French Challenge: Adapting to Globalization*, Washington 2001, s. 60; zob. Loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française.

⁶³ M. Witaszek-Samborska, *Wyrazy obcego pochodzenia...*, s. 20.

⁶⁴ M. Witaszek-Samborska, *Wyrazy obcego pochodzenia...*, s. 14; por. R. Przybylska, *Wstęp do nauki o języku polskim...*, s. 172-173.

- właściwe (obce wyrazy przejęte w postaci oryginalnej lub nieznacznie przekształconej, np. pol. *komputer* < ang. *computer*, pol. *laptop* < ang. *laptop*, pol. *serwer* < ang. *server*);
- strukturalne (kalki językowe, np. *twardy dysk* < ang. *hard disc*, *jednorożec* < ang. *unicorn*, pol. *pulpit zdalny* < ang. *remote desktop*);
- znaczeniowe (zapożycza się tylko część wyrazu, nadając nowe znaczenie wyrazowi rodzimemu na wzór jego obcego odpowiednika, np. *chmura*, *mysz* [komputerowa], *architekt* [systemu]);
- sztuczne (zapożycza się tylko elementy składniowe, tworząc konstrukcję zgodną z językiem, z którego pochodzą, np. *wideokonferencja*, *hiperłącze*, *kryptowaluta*).

M. Witaszek-Samborska zwraca także uwagę na trzy typy zapożyczeń, odmienne ze względu na stopień przyswojenia wyrazu zapożyczonego:

- cytaty (*deploy*, *proxy*, *ready*, *kick-off*, *full-stack*, *gap*);
- wyrazy częściowo przyswojone (*digital*, *deadline*, *update* 'ować');
- wyrazy całkowicie przyswojone (*czat*, *interfejs*, *kontent*, *notyfikacja*, *hejt*)⁶⁵ (więcej zob. w rozdz. 3.4.2).

Jest to zgodne z tezą E. Haugena, według którego, zanim społeczność zaakceptuje dane zapożyczenie, indywidualni użytkownicy języka mogą odwzorowywać zapożyczony element w sposób bardziej lub mniej podobny do oryginału, ale zgodny ze swoimi możliwościami czy chęcią. Jednak nie oznacza to, że każde zapożyczenie, które pojawiło się w danym języku, musi poddać się procesowi całkowitej asymilacji⁶⁶. Najczęstsze jest przystosowywane do zasad formalnych dominującego systemu.

Wszystkie wymienione rodzaje zapożyczeń pojawiły się w komunikacji korporacyjnej. Leksemy przejęte wprost, bez polskiej modyfikacji znaczenia z języków obcych, to podstawowy zasób profesjonalnego słownictwa korporacyjnego (*case*, *brief*, *impact*, *deadline*, *team*, *blog*, *e-mail*, *chat*). Często występują zapożyczenia sztuczne, czyli wyrazy utworzone z obcych morfemów (*hiperłącze*). Szczególną grupą zapożyczeń jest słownictwo uniwersalne, czyli internacjonalizmy – wyrazy o zasięgu globalnym, do których należą, jak odnotowuje R. Przybylska, głównie zapożyczenia sztuczne. Są to

⁶⁵ M. Witaszek-Samborska, *Wyrazy obcego pochodzenia...*, s. 14.

⁶⁶ E. Haugen, *The analysis of linguistic borrowing*, „Language” 1950, nr 26, s. 210-231.

leksemy związane z nauką, kulturą, sztuką, techniką⁶⁷, np. *komputer, Internet, WWW, biznes, abonament*. Zebrany materiał narzucił pewną klasyfikację, w związku z czym w badaniach wykorzystano kategoryzację zgodną z kryteriami zebranego słownictwa. Ze względów badawczych zakres zainteresowania obejmuje przede wszystkim proces bezpośredniego zapożyczenia z języka angielskiego w ramach globalnej sfery pracowników IT, którzy wymieniają się słownictwem przede wszystkim w języku angielskim. Najistotniejsze jest, kiedy słownictwo przedostaje się z jednego języka do drugiego i jakie procesy przy tym zachodzą. W związku z czym zostało uwzględnione słownictwo, które zmienia się formalnie, fonetycznie, graficznie lub jest zapożyczane bezpośrednio.

3.3. Zróżnicowanie wewnętrzne kodu pracowników korporacji IT warunkowane strukturacją procesów komunikologicznych

3.3.1. Komunikacja wewnętrzna pozioma i pionowa

Wewnętrzna komunikacja korporacyjna jest procesem otwartym i kontekstualnym, proces komunikacji opiera się na tworzeniu unikatowych znaczeń wspólnych dla zaangażowanej w nią grupy osób⁶⁸. Komunikowanie się nie jest tylko kategorią psychologiczną czy socjologiczną, zależy od poprawnych relacji międzyludzkich. Środowisko korporacyjne niewątpliwie należy do środowisk, w których zasadniczą rolę odgrywają relacje interpersonalne. Na poprawnych relacjach międzyludzkich opiera się sukces działania firmy i tworzenia produktu. Poprzez efektywne komunikowanie wyrażamy swoje myśli, opinie, nawiązujemy współpracę, zdobywamy nowe znajomości, uspołeczniamy się, co później owocuje budowaniem zaufania oraz poczuciem bezpieczeństwa w grupie. Brak umiejętności komunikowania się obniża samoocenę.

Zgodnie z założeniami teorii Romana Jakobsona⁶⁹ oraz modelami komunikowania Harolda Lasswella⁷⁰ i Warrena Weavera⁷¹ proces komunikacji werbalnej jest relacją

⁶⁷ I. Płóciennik, D. Podlaska, *Słownik wiedzy o języku*, Bielsko-Biała 2005, s. 298.

⁶⁸ E. Griffin, *Podstawy komunikacji społecznej...*, s. 72.

⁶⁹ A. Furdal, *Językoznawstwo otwarte...*, s. 15.

⁷⁰ H. Lasswell, *The Structure and Function of Communication in Society*, [w:] *The Communication of Ideas*, red. L. Bryson, New York 1948.

⁷¹ A. Rataj, *Komunikacja w organizacji*, <http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,6663> [dostęp 8.12.2016].

dwukierunkową, która powstaje między nadawcą a odbiorcą komunikatu. Aby doszło do udanej komunikacji, musi być spełnionych kilka warunków. Komunikat w określonym kontekście jest przekazywany przez nadawcę do odbiorcy. Kontekst warunkuje interpretację komunikatu, przekaz może być różnie interpretowany w odmiennych kontekstach kulturowych. Ponadto nadawca, w celu porozumienia się z odbiorcą, tworzy komunikat, dobiera kod znany wszystkim uczestnikom komunikacji. Podstawowym warunkiem, który inicjuje proces komunikowania się, jest nawiązanie kontaktu, czyli wejście w relację. Komunikacja werbalna obejmuje na przykład: pytania otwarte, parafrazy, sterowanie rozmową, a także informację zwrotną. Komunikacji werbalnej zawsze towarzyszy komunikacja niewerbalna, sygnalizowana poprzez: gesty, postawę ciała, mimikę oraz usytuowanie w przestrzeni komunikacyjnej (odległość, centrum, peryferia biura). Obie formy komunikowania koncentrują się nie tylko na przekazie informacji, ale także na wyrażaniu emocji, które pośrednio są także składowymi informacjami. Istnieją przypadki, kiedy dwukierunkowość nie jest realizowana (ignorowanie komunikatów, zajęcie innymi tematami), skutkuje to obniżeniem efektywności komunikacji. Eliminacja bariery, która powoduje zakłócenia w dwukierunkowości komunikatów, wzmacnia poczucie partnerstwa, współodpowiedzialności, szacunku.

Proces komunikowania się prowadzi do wyrównywania poziomu informacji i należy do centralnych procesów zespołowych. „W każdej grupie występuje zróżnicowanie pozycji ze względu na ilość informacji, dochodzących do tych pozycji i liczbę kanałów, którymi te informacje są przekazywane, a które łączą ze sobą poszczególne pozycje”⁷². Często struktura komunikacyjna ma wymiar formalny i nieformalny. Wymiar formalny opiera się na przepływie informacji przez instytucje grupowe i oficjalne pozycje społeczne. Kierunek przebiegu komunikacji w zespole zwykle odzwierciedla hierarchię służbową. Komunikacja nieuregulowana zasadami kształtuje się natomiast sama i opiera się na wzajemnym zaufaniu i lojalności. W związku z czym pomiędzy członkami nieformalnych zespołów tworzy ona również nieformalną strukturę komunikacyjną. Na proces przekazywania informacji składają się trzy etapy: na początku ustala się cel komunikacji, potem przygotowuje się sam komunikat, czyli treść, którą odpowiednio się koduje, na końcu skonstruowany komunikat skutecznie się dystrybuuje. Czasem dystrybuowanie

⁷² E. Cierniak-Szóstak, *Efektywne struktury komunikowania się*, <http://www.exbis.pl/vademecum/vademecum.php?dzial=26> [dostęp 17.01.2016].

komunikatu generuje problemy//szумы//bariery⁷³, które zakłócają proces komunikacyjny. Dzieje się tak, gdy nadawca wie, co chce powiedzieć, jaki jest cel jego przekazu, natomiast ma problem ze skutecznym przedstawieniem odbiorcom tego w taki sposób, żeby zrozumieli i zapamiętali przekazane informacje. Jest to etap komunikowania bardzo skomplikowany i trudny, wymaga dużego zaangażowania⁷⁴ i odpowiednich kompetencji. W takiej sytuacji konieczna jest dobra znajomość odbiorcy//grupy docelowej, a mianowicie poznanie jej technik komunikowania się, tego, co jest dla niej atrakcyjne w odbiorze, z jakich mediów korzysta, jakie ma kompetencje odbiorcze. Najważniejszym warunkiem efektywnej komunikacji jest jednak poznanie języka odbiorców. Uwzględnienie wskazanych wymagań pomoże poprawić czytelność przekazu.

Model wewnętrznej struktury organizacyjnej korporacji IT obejmuje poziome i pionowe kierunki przepływu informacji oraz poleceń⁷⁵. Wewnętrzna komunikacja poziomą tworzą relacje:

- pracownik < > pracownik – międzypracownicza komunikacja (rozmowy w formie mówionej oraz pisemnej na czatach, w mailach odnośnie zagadnień związanych z pracą oraz na tematy jej nie dotyczące, tzw. off-topic).
- kierownik zespołu < > kierownik zespołu – uzgodnienie działań pomiędzy kierownikami różnych zespołów;
- dyrektor działu < > dyrektor działu – komunikacja w zakresie podejmowania decyzji strategicznych, kierunku rozwoju firmy.

Na tej liście można także odnotować relację pracownik < > kierownik zespołu (nazywany „menedżerem zespołu”, „kierownikiem zespołu” albo „team leaderem”) – jest to słuszne w sytuacji, gdy kierownik jest częścią zespołu i wykonuje zadania członka zespołu, oprócz

⁷³ Rozumienie teorii szumów bazuje na teorii W. Weavera i C. Shannona oraz opracowaniach B. Doberek-Ostrowskiej i W. Babika. Teoria ta wyodrębnia trzy źródła szumów komunikacyjnych, a mianowicie: zewnętrzne – pochodzą z otoczenia (np. hałas), wewnętrzne – źródło tkwi w osobowości partnerów komunikacji (np. zmęczenie) oraz semantyczne – polega na języku używanych znaków i ich znaczeń (np. złe użycie znaczenia przez nadawcę); C. E. Shannon, W. Weaver, *A Mathematical theory of communication*, Illinois 1949; J. Stewart, *Mosty zamiast murów*, Warszawa 2007, s. 175-176; A. Augustynek, *Komunikacja interpersonalna w relacjach społecznych*, [w:] *Komunikowanie i zarządzanie w społeczeństwie informacyjnym*, red. L. H. Haber, Kraków 2011, s. 69; B. Doberek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław 2004, s. 13; W. Babik, *Bariery i zakłócenia w komunikowaniu się bibliotekarzy z przełożonymi*, „Zarządzanie Biblioteką” 2011, nr 3, s. 21-35.

⁷⁴ Warto tu przywołać teżę wyróżnionej nagrodą Nobla teorii o rozszerzeniu dziedziny analizy mikroekonomicznej na szerokie spektrum spraw związanych z ludzkimi zachowaniami i interakcjami, której autorem jest Gary Stanley Becker, w danym kontekście, ta teoria mówi, że w komunikacji są cztery zasady, które trzeba zrealizować, żeby komunikacja była efektywna. Jedną z tych zasad jest zaangażowanie, czyli im więcej osoba od siebie daje, tym więcej osiąga, zob. G. S. Becker, *Ekonomiczna teoria zachowań ludzkich*, Warszawa 1990, s. 436-574.

⁷⁵ Zob. Rys. 4 na s. 82 danej pracy.

dotychczasowych działań, dotyczących nadzorowania i organizacji pracy oraz wsparcia merytorycznego i emocjonalnego.

Komunikacja wewnętrzna w kierunku pionowym przedstawia się w następujący sposób:

- prezes < > dyrektor – raportowanie, kontrola wyników działania firmy, ustalenie strategii rozwoju na poziomie całej organizacji;
- dyrektor < > kierownik zespołu – ustalenie zakresu działania dla danego zespołu, ocena wyników pracy zespołu;
- kierownik zespołu < > pracownik – ustalenie poszczególnych zadań i obowiązków dla konkretnego pracownika, rozliczenie się każdego pracownika z wykonanej pracy.

Proces komunikacji pionowej jest bardzo złożony i zmienny, wynika to ze specyficznej organizacji pracy, modyfikowanej na potrzeby różnych projektów oraz z dążenia do niwelowania hierarchiczności w firmach. Zmienna jest rola kierownika zespołu, o której wspomniano wyżej w kontekście komunikacji poziomej. Kierownik projektu, nazywany w kodzie korporacji *piem*⁷⁶, w hierarchii struktury korporacyjnej przeważnie znajduje się bliżej jej dolnego poziomu. Do jego obowiązków może należeć zarządzanie małym zespołem albo tymczasowym zespołem, utworzonym tylko na czas trwania projektu. Do takiego zespołu mogą wchodzić osoby z różnych działów, na przykład programista, copywriter, designer, którzy mają także swoich zwierzchników poza tymczasowym zespołem, a także dyrektor czy prezes w roli „product ownera”, czyli przedstawiciela komitetu sterującego, który w przypadkach niestandardowych lub szczególnych ma moc decyzyjną większą niż kierownik zespołu. Komunikacja pozioma wewnętrzna kierownika projektu polega na płynnym przekazywaniu informacji do uczestników zespołu, otrzymywaniu informacji zwrotnej o wykonanych etapach pracy:

Hej, założyłem Ci zadanie w CRM do wykonania ASAP.

Masz ASAP na mailu do wykonania.

Czy masz już gotowy research? Podeślij briefa.

Planujemy brainstorma o 10, wpadniesz?

⁷⁶ Leksem ten pochodzi od akronimu PM (ang. Project Manager).

Komunikacja z innymi działami w celu uzyskania lub przekazania dodatkowych informacji to także komunikacja pozioma; przykładowe komunikaty:

do działu handlowego: Hej, zaczynamy nowy projekt, załóż mi kartę projektu w CRM.

do działu administracji IT: Cześć, proszę o nowego lapka, bo mój zdechl.

do działu księgowości: Proszę o zafakturowanie klienta XXX za projekt YYY.

do działu marketingu albo osoby odpowiedzialnej za SMM: od początku miesiąca ruszamy go-live z appką, proszę o zaplanowanie adsów i kampanii SMM.

Natomiast komunikacja pionowa uruchamiana jest w przekazach organizacyjnych, w raportach okresowych o statusie projektu, wykonaniu prac i uzyskaniu ewentualnych decyzji od przełożonego lub kierownika:

Cześć, termin oddania projektu pod zagrożeniem z powodu choroby programisty [...] Musimy podjąć jakąś decyzję, ponieważ grożą nam kary umowne.

Uzyskałem referencje od klienta XXX za sukcesywne wdrożenie systemu i dotrzymanie terminu oddania projektu.

Mockupy przekazane klientowi do akceptacji, po potwierdzeniu od razu przekazuję na implementację.

W ubiegłym tygodniu zakończono pierwszy etap analizy i researchu, przeprowadziliśmy brainstormy i stworzyliśmy mockup appki. Dalej planujemy przeprowadzić testy UI/UX.

W niektórych typach zarządzania jest praktykowana metoda kontaktów zwana „daily meeting”, w skrócie „daily”. To codzienne, zazwyczaj poranne spotkanie całego zespołu (teamu), podczas którego każdy z uczestników opowiada, nad czym pracował w poprzednim dniu, jakie zadania ma na obecny dzień, co się udało wykonać, czego się nie udało, jakie trudności wystąpiły w trakcie wykonywania zadań. Jest to istotna praktyka, gdyż pozwala wzajemnie informować członków zespołu na temat zakresu i etapu wykonywanych prac. Pozwala lepiej dzielić się doświadczeniem, wyeliminować powtarzające się regularnie problemy/błędy oraz w pewnym stopniu kontrolować sumiennosc wykonywania zadań. Dana forma planowania/raportowania wewnętrznego funkcjonuje przeważnie w zakresie poziomym, pozwala zarówno liderowi zespołu, jak i kierownikowi projektu kontrolować plan wykonania prac, nie osłabiając wewnętrznych relacji.

Przedstawiony wyżej opis pokazuje zróżnicowanie komunikacji warunkowane kierunkiem przepływu komunikatów, celem przekazów i ich funkcją. Rodzaj relacji interpersonalnych oraz miejsce kierownika w hierarchii sygnalizowane są stale zmieniającą się formą wypowiedzi, np. przechodzenie od pytań do prośby:

Pawełku prośba, Monia walczy z ABC, ale przyszły tydzień ma urlop, chciałbym abyś posupportował klienta podczas jej nieobecności.

Szymku, wpisz proszę zadania na CRM, nie było oficjalnie przejścia na Jire.

To jest graf chyba z XYZ, potrzebuje to samo w wersji angielskiej dla Grzegorza z DH. Czy możesz cos takiego spreparować?

następnie uruchomienie poleceń:

Janek, na razie nic nie rob w temacie ABCD, jak będzie kontrakt i pojawi się karta projektu to wtedy.

Jurek, dostaniesz projekt ABCD.

Odezwij się do niego kontrolnie jak skończysz swój ticket, raczej sobie poradzi, ale wiesz [...].

podnoszenie poziomu oficjalności wypowiedzi:

Proszę załatw ten case samodzielnie.

Należy zrobić raporty handlowe do przyszłego wtorku.

Proszę o potwierdzenie wysłania maila do klienta.

aż do podkreślenia wprost roli decyzyjnej:

Musisz zrobić brief do wtorku i przekazać do klienta.

W tym momencie zacznij wypełniać excela, żebyś skończył przed moim spotkaniem.

Przejdź do wykonywania tego taska natychmiast, bo klient się wkurzył.

także poprzez przechodzenie od formy inkluzywnego „my” do zestawienia opozycyjnego „ja”/”ty”, „wy”, czyli uruchamiania kryterium swój/obcy – pracownik/kierownik:

Musimy dopiąć otwarte tematy do końca miesiąca, bo deadliney są nieprzekraczalne.

Musicie każdy przekazać do mnie raporty do 12, bo ja mam radę.

Zastanówmy się, jak możemy wyjść z tego fuckupu, żeby mieć najmniej start.

Dopóki nie zaczniecie pilnować terminów, ja nie będę w stanie was bronić przed CEO.

Wszystkie te zmiany to właściwe, wypracowane wewnątrzspółnotowo, zachowania konwencjonalne.

Istotne dla relacji interpersonalnych pionowych i poziomych jest stosowanie zwrotów adresatywnych. Powszechnie przyjęte jest mówienie do każdej osoby w firmie po imieniu, z pominięciem zwrotów „Pan/Pani”, bez względu na rodzaj zależności pomiędzy stanowiskami służbowymi; dotyczy to zarówno współpracownika z sąsiedniego biurka, jak i prezesa firmy, co upraszcza oraz skraca proces komunikacji:

Hej Adamie, chciałbym porozmawiać na temat mojego wynagrodzenia, gdyż dostałem konkurencyjną propozycję z innej firmy, na kiedy możemy się umówić?

Hej Janku, podeślij mi swoją templatę, z której korzystałeś do preparowania scenariuszy testowych dla klienta.

Także użycie slangowych określeń pracowników zmniejsza dystans społeczny i przyspiesza przekaz:

Tomek jest guru na maxa, jeżeli chodzi o konfigurację systemów ERP.

Mamy jednego geeka w dziale, który ogarnia tematy dosłownie w 5 minut.

Chłopaki z działu rozwoju są prawdziwym ninja teamem, możemy im zlecić wdrożenie appki mobilnej.

Mówiąc do kierownika zespołu, np. „Maćku, napisz do PM’a o info na temat deadline’u” albo „szefie, zagadaj do klienta, żeby przekazał agendę do projektu”, pracownicy neutralizują skrzępowanie, które towarzyszy komunikacji pionowej, osłabiają też hierarchiczność relacji⁷⁷.

Komunikacja w korporacjach IT przybiera najczęściej formę partnerskiego porozumienia, jest jednak także narzędziem manipulacji, gdy w szczególnych przypadkach

⁷⁷ M. Marcjanik, *Proces przewartościowania polskiej grzeczności językowej...*, s. 391-396; M. Marcjanik, *ABC grzeczności językowej*, [w:] *Polszczyzna na co dzień*, red. M. Bańko, Warszawa 2006, s. 294–295.

zastępowana jest wypowiedziami podkreślającymi te różnice: nagana, wystawianie oceny, zwolnienie, podjęcie nieakceptowalnej decyzji, ranga takiego przekazu rośnie i wspomaga wywieranie nacisku.

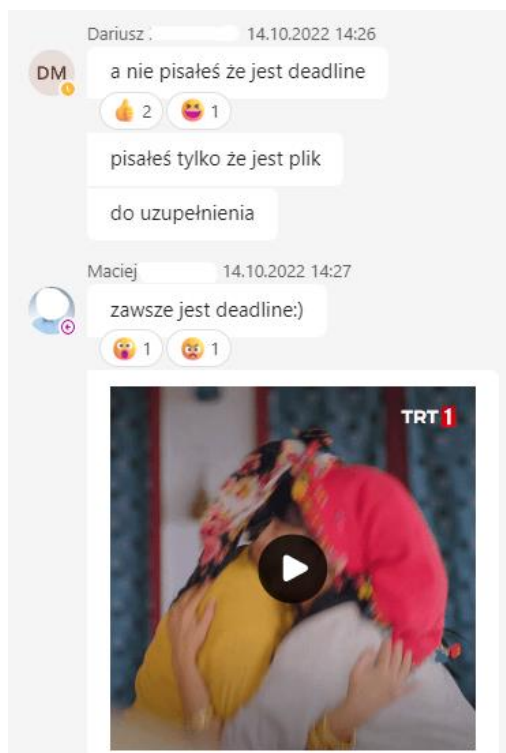
Przy tak często zaburzonym i skomplikowanym systemie komunikacji poziomej i pionowej rośnie ranga zarządzających komunikacją i ich decyzji o wyborze konkretnych form komunikatów. Wysyłając komunikat, świadomie wybierają prezentację treści, która może mieć formę werbalną ustną lub pisemną, niewerbalną, przekaz może być także bezpośredni lub pośredni. Planując przekaz komunikatu, pracownicy korporacji IT muszą uwzględnić wszystkie jego formy. Specyficzność badanej wspólnoty komunikacyjnej, której członkowie muszą przyjmować dynamicznie zmieniające się informacje, pracują w izolacji, w bardzo dużym tempie i stresie, których zadania mają charakter kreatywny nie odtworzeniowy, są stale kontrolowani i oceniani, wymusza na nich po jakimś czasie selekcjonowanie źródeł: ktoś woli czytać, ktoś oglądać, a jeszcze ktoś klika lub tylko słucha. Rolą osób odpowiedzialnych za komunikację w badanej wspólnocie jest dostosowywanie komunikatów do potrzeb pracowników. Świadomość tego problemu potwierdzają zebrane w czasie badań przekazy (Rys. 10):

Janku,

zerknij proszę na rachunek za twój telefon służbowy. Jest 9x większy niż praktycznie wszystkie pozostałe. Oczywiście nie będę nic potraçał z wypłaty – ważne żeby zwracać uwagę na przyszłość 🤔.

Piotr⁷⁸.

⁷⁸ Wiadomość e-mail od szefa, z informacją o nieprawidłowym wykorzystaniu zasobów, ikonka na końcu wskazuje na obniżenie napięcia.



Rys. 10. Przypomnienie o terminie wykonania zadania zleconego przez kierownika zespołu, umieszczony niżej śmieszny obrazek GIF wskazuje na obniżenie tonu napięcia. Źródło: opracowanie własne

3.3.1.1. Komunikacja oralna w firmach IT. Typy kontaktów i wykorzystywane formy przekazów

Komunikacja wewnętrzna pozioma i pionowa realizowana jest ramach zróżnicowanych kontaktów, którym towarzyszą określone formy przekazu. W przypadku kodu pracowników firm IT istotna jest komunikacja oralna pośrednia lub bezpośrednia, znacznie skracająca proces komunikacji, umożliwiającą stałe kontrolowanie poprawności interpretacji przekazu, ułatwiająca egzekwowanie poleceń.

Rozmowa indywidualna/prywatna

W trakcie tej rozmowy redagowane są werbalne, ustne i bezpośrednie komunikaty. Jest to typ przekazu realizowany w ramach komunikacji poziomej i pionowej. Odbywa się „w cztery oczy”, bez obserwatora, może mieć oficjalną lub nieoficjalną formę i zapewnia natychmiastową informację zwrotną. Zaletą tego typu komunikacji jest możliwość dostosowania przekazu do odbiorcy oraz intymność sytuacji, która nie generuje systemów obronnych w takim stopniu, jak w komunikacji publicznej. Pośrednim celem rozmowy

indywidualnej jest podtrzymanie kontaktu, dzielenie się informacjami na różne tematy, niekoniecznie związane z pracą:

Hej! Co tam u Ciebie słyhać poza korpo?

Ogólnie spoko, w końcu weekend już blisko! Zbieram w sobotę ekipę do jakiegoś gamingu online. Może chciałbyś dołączyć? [...]

Słyszałem, że niedługo bierzesz urlop. Masz jakiś fajny trip na wakacje?

No jasne, bro, zamierzam się odłączyć od technologii i zrobić sobie cyfrowy detoks. Tym razem chilluję w górach. A ty? [...]

Rozmowa indywidualna/prywatna odbywa się w różnych miejscach i okolicznościach. Ponieważ dochodzi do niej w środowisku korporacyjnym, jej uczestnicy posługują się specyficznym środowiskowym kodem. Badania potwierdziły, że rzadziej w jej trakcie korzystają oni z akronimów, np. „lookniesz mi na szybko to tego taska, żeby przekazać info do kierownika projektu?”, te częściej pojawiają się w przekazach pisemnych, co warunkowane jest specyficznym kryterium ekonomii języka oraz jest konsekwencją dążenia do neutralizacji hierarchiczności, np. „lookniesz ASAP na taska, muszę dać info do PMA?”. Swobodne rozmowy indywidualne prowadzone są między pracownikami bez względu na zajmowane przez nich stanowisko, pozbawione są werbalnych oznak hierarchiczności, odbywają w neutralnych pomieszczeniach i sytuacjach, w kuchni podczas obiadu czy śniadania, podczas palenia papierosów, w pomieszczeniach rekreacyjnych, ich tematem są bieżące sprawy zawodowe, sport, hobby, plotki na temat innych pracowników lub kierownictwa, często pojawiają się też przekazy służące wyłącznie podtrzymaniu kontaktu:

Elo, jak tam leci, słyzałeś, ten koleś z supportu awansował na seniora teraz, ale wszyscy wiedzą, że to tylko dlatego, że jest w najlepszych stosunkach z szefem. To jest ten typ korpo nepotyzmu, bro. Wszyscy czują ten smród, ale trzeba robić, że się nie zauważa.

W rozmowach między pracownikami funkcję fatyczną pełnią często pytania inicjujące dalszy kontakt, np. „jak minął weekend?”, „już masz zaboobookowane wakacje?” albo „jak tam wasz ostatni deploy?”.

Rozmowy prywatne z szefem czy przełożonym mogą mieć charakter bardziej oficjalny, szczególnie gdy ich celem jest uzgodnienie warunków pracy, gdy dotyczą zgody na urlop, wysokości pensji, podwyżki, otrzymania/przekazania nowych specjalnych zadań

lub koncentrują się na efektach i ocenie wykonanej pracy. Są one inicjowane wcześniejszym precyzyjnym zaproszeniem, w którym określone są miejsce, czas spotkania i jego cel: „Cześć, wpadnij do mnie po 15, przegadamy na temat przedłużenia umowy”, „[...] potrzebuję dwa dni urlopu od poniedziałku, w razie pilnych spraw będę pod telefonem”. We wspomnianych przykładach formułuje się wypowiedzi niezgodnie z normą językową, bo użycie np. wyrazu *przegadamy* zamiast *pogadamy*, *porozmawiamy*, wskazuje na to, że ta norma nie jest przestrzegana, ponadto *pogadamy* to forma oficjalna, a spotkanie dotyczy sprawy służbowej. W drugim zdaniu jest to informacja od pracownika do szefa, nie prośba lub pytanie. Nastąpiło odwrócenie ról, które może wynikać z zastosowania komunikacji poziomej zamiast pionowej, gdyż tak powinien formułować wypowiedź tylko szef, informując pracowników. Są to konsekwencje neutralizowania hierarchiczności w firmie. Powyższe przykłady potwierdzają, że ten typ komunikacji interpersonalnej charakteryzuje uzualne zachowania językowe, czasem nienormatywne, akceptowane jednak przez obie strony, zwłaszcza gdy kontaktowi towarzyszy napięcie oraz negatywne lub pozytywne emocje. Przykładem skrajnie nienormatywnych zachowań językowych są sformułowania:

Zajebiste jest to co zrobiłeś, rozpierdolimy teraz konkurencję na kawałki.

Damn, co za shit mi przesłałeś, to jest kompletnie nie to o czym gadaliśmy na callu, zjebałeś konkretnie temat.

W korpo jest jak w jebanym uzależnieniu od benefitów [...].

Fuck, nasz zespół sprzedażowy rozjebał ten kwartał, w końcu będzie premia.

Mamy na horyzoncie najgorętsze projekty, które będą rozpierdalać tu wszystko, musimy być gotowi na każdy shit co może się stać.

Rozmowa w zespole (grupowa)

Jest to werbalny, ustny, bezpośredni typ przekazu, realizowany w komunikacji poziomej oraz pionowej (ma to miejsce, gdy na spotkaniach zespołowych jest obecna osoba spoza zespołu, kierownik, prezes). Jest to rozmowa między osobami, które pracują najczęściej nad wspólnym zadaniem: „dzisiaj przedstawię wam jak rozwiązałem dany case, nieźle się namęczyłem [...]”. Rozmowy zespołowe mogą mieć charakter formalny, gdy dotyczą pracy i odbywają się w firmie, oraz nieformalny, gdy prowadzone są w miejscu neutralnym podczas spotkań o charakterze nieformalnym:

[rozmowa formalna]: drodzy, skupmy teraz uwagę na tym jak rozwiązać dany case, musimy zaangażować się całym teamem i wypracować konkretny plan.

[rozmowa nieformalna]: słuchajcie, trzeba wymyślić coś, co rozwiąże ten case bez większych problemów i najmniej boleśnie, co wy na to?

Rozmowa w zespole (grupowa) wymaga wyraźnego wskazania adresata poleceń, osoby ocenianej, dlatego częściej pojawiają się w jej trakcie zwroty adresatywne. Partnerska konwencja kontaktów sprawia, że najczęściej występują imiona lub forma drugiej osoby liczby pojedynczej, czyli zwroty zmniejszające dystans, neutralizujące hierarchię zawodową: „Janek, uruchom swoją prezkę”, „Tomku, czy twój zespół dałby radę ogarnąć ten task do końca tygodnia [...]”, „kurwa, Janek, czemu nie powiedziałeś, że nie nadążasz, co ja teraz mam klientowi powiedzieć [...] jak każdy będzie tak robił, to co?”. Czasem negatywne emocje wyrażone są również w zwrotach adresatywnych.

Rzadziej używane są długie, wielokrotnie złożone zdania: „jeżeli teraz sprawnie zamkniemy temat, uzyskamy referencje, to przy kolejnych projektach, będę mógł pójść do menedżera i wynegocjować lepsze warunki już na wstępie”, „musimy się zmieścić w zakresie projektu, żeby była rentowność”. Częściej wykorzystywane są zdania pojedyncze i równoważniki zdań: „ze swojej strony dopnę speckę do jutra”, „nie mam uwag”, „działamy”. W przekazach tych uruchamiane jest słownictwo specjalistyczne i profesjonalne typowe dla badanej wspólnoty: „jak zdebuguję na teście, wtedy będziecie mogli zmerdżować na mastera”, „testy end to end są na done, możemy wydawać wersję”. W trakcie relacji nieformalnych, zwłaszcza podczas różnych spotkań integracyjnych organizowanych przez korporację IT, których głównym celem jest zintegrowanie pracowników, zapoznanie nowych osób z już pracującymi, używany jest specyficzny kod pracowników korporacji IT, często niezrozumiały dla nowych członków wspólnoty: „robimy częste debugi”, „wydaje kolejnego ficzera”, „spreparuje requesta i wrzuci na boxa”. W takich sytuacjach język jest mniej formalny, pojawiają się nawet przekleństwa i wulgaryzmy. Od strony formalnej jest mniej staranny, komunikacja opiera się na krótkich przekazach: urwanych zdaniach, równoważnikach zdań lub zdaniach pojedynczych: „kurde, ale przecież mówiłem wam [...]”, „nikt tego nie ogarnia”. Typowy jest dla takich spotkań brak kontroli nad dalszym przepływem informacji, także jej modyfikacją. Komunikacja w ramach grup nieformalnych, które powstają w trakcie spotkań integracyjnych, jest zagrożeniem dla struktury organizacji, między innymi z powodu braku wcześniej wspomnianej kontroli nad przepływem informacji, sprzyja to także tworzeniu

się poza kontrolą nieformalnych hierarchii wewnętrznych, co zaburza, wytworzony w korporacjach, system kontaktów partnerskich. Zaletą tego typu komunikacji jest wzmacnianie relacji interpersonalnych, pogłębianie współpracy i wymiana informacji ograniczonych celowo: „Jak ci się podoba ten event?”, „Co myślisz o naszym nowym kierasie?”.

Burza mózgów / brainstorm

Jest to forma komunikacji, która ma charakter zespołowy//grupowy lub może być prowadzona w trakcie spotkania indywidualnego, nie jest ona warunkowana liczbą uczestników, lecz celem. Ta forma kontaktów wykorzystywana jest, gdy powstaje trudny do rozwiązania problem, gdy trudno znaleźć poprawne rozwiązanie kreatywnego zadania. Często celowo organizuje się burzę mózgów i daje przyzwolenie na wygłaszanie najdziwniejszych pomysłów, propozycji lub idee, by pobudzić kreatywność pracowników. W wyniku takich spotkań jest wybierane najbardziej korzystne rozwiązanie zadania lub problemu, jest to także forma demokratycznego podejmowania decyzji w zespole:

- Zróbmy burzę mózgów, żeby wykminić, jak zoptymalizować proces testowania systemów on-premise. Rzucajcie pomysły, będziemy wybierać.
- Możemy zatrudnić dodatkowych testerów.
- Ja myślę że przyuczenie nowych testerów zajmie dużo czasu, a nam trzeba na już. Musimy zaangażować tych co są.
- Ja proponuję zautomatyzować obecny proces, napisać scenariusze testowe i wdrożyć testy automatyczne.
- Może przetrzucić testy na środowisku on-premise na klienta? Od razu sprawdzi czy jest zachowana logika biznesowa.
- Nie możemy na klienta, ani nie możemy nowych zatrudniać. Proponuję wykorzystać te zasoby co są, wdrożyć testy automatyczne i stworzyć scenariusze testowe. Ewentualnie można zaangażować ludzi z innych teamów, kto ma większy luz w swoich projektach [...].

Burza mózgów, często przyjmuje formę chaotycznej, niezorganizowanej dyskusji, formułowane wypowiedzi nie są spójne, kolejne nie zawsze nawiązują do poprzednich, czynnikiem integrującym są wyłącznie temat i cel. Burzę mózgów inicjuje szef zespołu, rzadziej osoba mająca problem: „i tak drodzy, ogłaszamy brainstorm, żeby zebrać wszystkie możliwe rozwiązania [...]”. Rolą inicjującego jest także stałe motywowanie do wysiłku intelektualnego: „drodzy, pomyślmy, jak jeszcze możemy zaprojektować daną stronę?”, „proszę o zaproponowanie waszych pomysłów na dany temat”. Cechami

charakterystycznymi są bezpośrednie zwroty adresatywne oraz pojawiające się w takiej sytuacji zwroty „drodzy”, „kochani”, które w jeszcze większym stopniu osłabiają dystans, podnoszą rangę i wzmacniają główny przekaz burzy mózgów: „potrzebuję waszej pomocy”, „zespół, firma, kolega potrzebuje mojej/naszej pomocy”. Burza mózgów pośrednio wzmacnia relacje interpersonalne, potęguje zaangażowanie zawodowe uczestników tego typu komunikacji, wzmacnia ich współodpowiedzialność za efekty ekonomiczne i wizerunkowe firmy: „mamy o 12 burzę mózgów, ale będzie”⁷⁹, „lubię jak mamy te burze mózgów, zawsze się coś fajnego z tego może urodzić”.

Rozmowa telefoniczna

Rozmowa telefoniczna jako forma komunikacji wewnętrznej wykorzystywana jest w korporacjach IT coraz rzadziej, dotyczy ona głównie pracowników, mających telefony służbowe, a ich odbieranie należy do obowiązków służbowych. Ta forma kontaktu stosowana jest także w przypadkach pilnych, nagłych, gdy pracownik jest u klienta i trzeba natychmiast podjąć decyzje, gdy z powodu choroby pracownik nie stawia się na zaplanowanym w najbliższym czasie spotkaniu, gdy w takiej samej sytuacji może się spóźnić lub nie przyjdzie do pracy. Jest to krótki, ograniczony czasowo, precyzyjny przekaz oralny, który z powodu nagrywania lub zwyczajowo nie wymaga potwierdzenia pisemnego.

W rozmowie telefonicznej wykorzystane są krótkie zdania, zawierające precyzyjne informacje lub pytania: „[...] na kiedy zaplanować spotkanie?”, „Aniu, podejdź do salki na II piętrze, pa”. Etykieta tych kontaktów jest zgodna z konwencją wewnętrzną, nawet jeśli słucha danej rozmowy osoba z zewnątrz. Dlatego najczęściej wykorzystywane są jako zwroty adresatywne imiona:

Cześć Kuba, dziś spóźnię się na 20 minut, bo stoję w korku.

Tomku, dziś jestem na L4, bo źle się czuję, a jutro na HO.

Hej Aniu, sprawdź mi proszę warunki oferty dla firmy ABC [...] i czy została zapłacona faktura.

Rzadziej, gdy wymaga tego oficjalność sytuacji lub taki jest zwyczaj w firmie, uruchamiane są sygnały hierarchiczności: „mam dla ciebie polecenie, skontaktuj się z

⁷⁹ Wyrażanie satysfakcji z tej formy pracy.

klientem jak najszybciej”, „[...] wybierz sobie urlop na 2 tygodnie, musisz odpocząć, jest to moja decyzja”. Osoby odbierające telefon, szczególnie gdy nie rozpoznają numeru, wykorzystują ustaloną w firmie formułę powitania, która zawiera: przywitanie, nazwę firmy lub działu, imię i nazwisko odbierającego, zajmowane stanowisko: „Dzień dobry, Jan Kowalski, firma ABCD, w czym mogę pomóc?”, „Dzień dobry, Jan Nowak, kierownik działu wsparcia, w czym mogę pomóc?”. Czasem jednak odbiorca ogranicza zakres informacji do niezbędnych według niego elementów: „Jan Kowalski, słucham!”, „Dzień dobry, firma ABC, słucham!”, „Dział aplikacji, Jan Kowalski, słucham”.

Rozmowa telekonferencyjna

Jest to jedna z form komunikacji wewnętrznej, werbalnej, ustnej, pośredniej, wykorzystywana w przypadku pracy zdalnej któregoś z odbiorców komunikatu. Pomocne są używane w tym celu specjalne oprogramowania, umożliwiające uruchomienie mikrofonu oraz kamery, np. Skype, Teams, Zoom, Google Meets. Rozmowy telekonferencyjne są często potocznie nazywane *telko* lub *call*: „mam calla”, „o 9 mamy telko podsumowujące sprint”. Cele takiej rozmowy są takie same jak w przypadku spotkania grupowego albo rozmowy indywidualnej: wymiana informacji, rozwiązanie aktualnych problemów, kontrola przebiegu prac, wzmocnienie więzi. Mogą również występować spotkania w formie hybrydowej, gdy część zespołu znajduje się w sali konferencyjnej, a część łączy się przez wskazane nośniki.

Rozmowę telekonferencyjną charakteryzuje złożoność tematyczna przekazów. Część z nich dotyczy problemów technicznych i jakości połączenia: „czy wszyscy mnie widzą i słyszą?”, „poinformujcie mnie, jak będzie widać mój ekran”, „nic nie słychać, sprawdź mikrofon”, część natomiast rzeczywistego tematu spotkania. Ponieważ są to kontakty wewnętrzne, akceptowany jest hermetyczny kod wspólnotowy: „rozpoczynamy meeting, robimy szybki brief i przechodzimy do deploja, kto szeruje screen?”. Jest też zgoda na upraszczanie wypowiedzi i formułowanie przekazów niezgodnych z normą językową: „zacinasz się Filipie, sprawdź połączenie”, „kumam taska, to działam dalej”. Etykieta w trakcie telekonferencji wewnętrznej jest zgodna z konwencją obowiązującą w danej firmie, najczęściej ma charakter nieoficjalny, partnerski.

3.3.1.2. Komunikacja pisemna. Typy kontaktów i wykorzystywane formy przekazów

List elektroniczny

Jest to przekaz wysyłany za pomocą poczty elektronicznej, nazywany potocznie e-mailem, mailem: „wyslij mi maila z briefem do końca dnia”, „wszyscy z działu dostali notyfikacje na e-mail”. W komunikacji wewnętrznej jest wykorzystywany w kierunku poziomym i pionowym. Jest to często główny kanał przekazywania komunikatów wewnątrzfirmowych, należy do pisemnej elektronicznej komunikacji werbalnej. W komunikacji poziomej służy poinformowaniu kogoś o czymś, wysłaniu prośby o wykonanie pewnego zadania, przekazaniu informacji do innego pracownika w ramach komunikacji poziomej, przesłaniu niewielkiego pliku. W komunikacji pionowej celem e-maila od kierownika do pracownika jest przekazanie kolejnego zadania, wyrażenie prośby o informację na temat wykonywanej pracy itp.: „Janek bierze projekt. Powodzenia wszystkim”, „Janku, odezwij się do P. Michała telefonicznie, bo może ma wątpliwości kto realizuje jego tickety”. Zakres tematyczny listów elektronicznych jest bardzo szeroki i dotyczy wszystkich obszarów pracy. Ta forma kontaktu służy często podsumowaniu rozmowy telefonicznej lub telekonferencji:

Drodzy,

uprzejmie dziękuję za dzisiejszy owocny meeting w temacie instalacji ERP.

Udało się ustalić, że:

- klient stawia nowy, czysty serwer pod to
- my samodzielnie instalujemy na nowym serwerze ERP i jego komponenty
- przygotowujemy dedykowaną instrukcję dla klienta jak aktualizować środowisko produkcyjne

Pozdrawiam,

Paweł

Czasem ma formę listy omówionych zagadnień i przyjętych ustaleń po przeprowadzonej dyskusji z inną osobą lub w zespole, czyli pisemne potwierdzenie zagadnień omówionych ustnie:

Janku,

step by step to co ustaliliśmy w temacie twojego projektu:

1. Dostosowanie kodów do najnowszej wersji silnika systemu

2. Przygotowanie przez klienta nowej maszyny aplikacyjnej dla systemu dev/test
 3. Mając nową maszynę od klienta i kody od developera wykonujemy instalację komponentów i systemu test na nowej maszynie
 4. W trakcie wykonywania pkt. 3 przygotowujemy instrukcję dla klienta według jakiej ma podnosić system pre-prod i prod.
 5. Przeprowadzamy pełne testy end to end systemu po wykonanym update.
 6. Klient przeprowadza swoje testy end to end systemu po aktualizacji
chyba to tak powinno być
- Pozdro,
Marta

Prośba i uzgodnienie pilnego tematu wymaga zwyczajowo mailowego potwierdzenia od osób decyzyjnych, są to tak zwane „podkładki” dla osoby wykonującej, taki e-mail w komunikacji korporacyjnej nazywany jest przez pracowników firm IT „dupochronem”: „Janku, wyślij maila do nas wszystkich żeby ew. była podkładka tego co ustaliliśmy na spotkaniu”, „ile można pisać te dupochrony po każdym spotkaniu”, „nie raz mnie ratowały te dupochrony w komunikacji z adminami”. Zgodnie z panującym zwyczajem pisemnie udziela się pozwolenia na urlop oraz prosi się o niego, w tej formie informuje się o zapotrzebowaniu materialnym (sprzęt, laptop, telefon służbowy) lub niematerialnym (kursy, szkolenia):

Cześć,
Mam prośbę o zakup myszki i słuchawek bezprzewodowych.
W załączeniu linki do modeliów.
Z góry dzięki i pozdrawiam,
Andrzej

List elektroniczny wykorzystywany w komunikacji wewnętrznej przyjmuje najczęściej formę nieoficjalną i bardzo ekonomiczną, jest w znacznym stopniu odzwierciedleniem komunikacji oralnej. By skrócić wypowiedź i ograniczyć czas pisania, stosowane są akronimy i skróty: *FYI, ASAP, TBC, pls, ws, dw. itp.*⁸⁰:

FYI

⁸⁰ Pisali o tym zjawisku również w swoich pracach: M. Lisecki, *Komunikacja przez komputer*, [w:] *Język a komunikacja*, t. 3, red. G. Habrajska, Łódź 2008; J. Jagodzińska, *Dyskurs internetowy* [w:] *Studia Pragmalingwistyczne 3. Czynności tworzenia i rozumienia wypowiedzi*, red. J. Porayski-Pomsta, Warszawa 2002.

mail z BOK, oddzwoń do klienta asap w temacie ostatniego ticketa IMHO.

J

pls, zaplanuj spotkanie z klientem ws integracji z ERP i daj mnie na dw

F

W tym samym celu wykorzystywane są krótkie, pojedyncze zdania: „Gotowe. Pozdrawiam”, „Done”, „w załączeniu masz podpisany dokument. Filip”. Nieoficjalny styl wypowiedzi oraz partnerski charakter relacji podkreślają odpowiednio dobrane zwroty adresatywne oraz zwroty inicjujące kontakt⁸¹: „Hej Kasiu [...]”, „Cześć wszystkim [...]”, „Drodzy, dziś o 9 planujemy meeting dotyczący analizy strategii reklamowej”, „Janku, zaplanuj na jutro spotkanie [...]”. Jeżeli mail jest wysyłany do kilku osób i w tekście trzeba zwrócić się do konkretnej osoby, czasem używany jest znak „@” jako odnośnik pozwalający wskazać konkretną osobę lub grupę osób: „@Piotrze, jakimi terminami publikacji dysponujemy?”, „@R&DTeam, na ile szacujecie wykonanie tego taska?” Zakończenie e-maila również ma formę nieoficjalną. Najbardziej oficjalny jest zwrot „Pozdrawiam, Piotr”, „Pozdrowienia, Julia Kowalska”. Najczęściej jest to formuła: „Pozdro” lub w nowej linii dwie wielkie litery, które są inicjałami imienia i nazwiska⁸²: „AN” – od Anna Nowak albo tylko jedna, np. „F” – od Filip. Takie formy finalne odnotowano także w przekazach kierowników oraz prezesów. Jeżeli e-mail jest wysyłany do kilku osób i odpowiedzi każdej osoby są elementem konwersacji, na końcu używa się znaku „,” jako uzupełnienia podpisu osoby odpisującej: „/Piotr”. Gdy istnieje potrzeba przekazania emocji w e-mailu, nadawca sięga po znaki emoji: „😊”, „😏”, „😬” lub inne. Mogą one nie mieć formy graficznej, w takim przypadku emocje sygnalizowane są za pomocą liter, nawiasów i znaków interpunkcyjnych: :), ;) , :(, :-), ;-), xD, :-O⁸³. Rzadziej odnotowywano w badanym materiale użycie na samym końcu, w nowej linii, pojedynczej

⁸¹ Niniejsze badania potwierdzają wnioski zawarte w pracach M. Marcjanik; zob. M. Marcjanik, *Proces przewartościowania polskiej grzeczności językowej...*, s. 391-396; M. Marcjanik, *ABC grzeczności językowej...*, s. 294-295.

⁸² Temat powitania i pożegnania w komunikacji mailowej jest bardzo dyskusyjny na forach internetowych i portalach, gdzie omawiana jest poprawność i etykieta komunikacji za pomocą danego środka przekazu, zob. *Co zamiast „witam” i „pozdrawiam”, czyli jak pisać maile poprawnie i ciekawie?*, <https://porady.pracuj.pl/zycie-zawodowe/co-zamiast-witam-i-pozdrawiam-czyli-jak-pisac-e-maile-poprawnie-i-ciekawie/> [dostęp 06.02.2021]. Specyfikę stylu nieoficjalnego oraz szczegółowe omówienie w kodzie wspólnotowym przedstawiono między innymi w pracy: M. Babecki, *Analiza wizerunku języka polskiego jako obcego w środowisku Internetowym*, [w:] *Acta Universitatis Lodzinsensis. Kształcenie polonistyczne cudzoziemców*, nr 20, Łódź 2013, s. 199-208.

⁸³ Sporo uwagi poświęcono rozwojowi emotikonów i ikonografii w przekazach wirtualnych jako przekazach emocjonalnych; pisała o tym między innymi: M. Tobolová, *Komunikacja językowa w polskim Internecie (na podstawie wybranych rozmów użytkowników komunikatorów)*, Brno 2011, s. 47-51.

litery „J”, co oznacza uśmiech, czyli to samo co :) albo :-). Wyrazy bardzo formalne, oficjalne, na przykład zwroty grzecznościowe: „Z wyrazami szacunku [...]”, „Z poważaniem” czy formy adresatywne „Pan/Pani”, „Szanowny Panie/Szanowna Pani” w przypadku komunikacji wewnętrznej pojawiają się sporadycznie i nie są zgodne z konwencją komunikacyjną⁸⁴. Są stosowane w celu zwiększenia wpływu na odbiorcę lub przez osoby nieznające konwencji.

Czaty firmowe

Jest to typ komunikacji wykorzystujący różnorodne platformy internetowe, specjalne programy, które pozwalają na wysyłanie wiadomości w czasie rzeczywistym. Do takich specjalnie skonfigurowanych czatów w komunikacji wewnątrzfirmowej można zaliczyć na przykład: Teams, Mattermost, Telegram, Slack, czasem Messenger i wiele innych. Służą one do komunikacji pisemnej poziomej oraz pionowej, pomagają także w podtrzymaniu nieformalnych kontaktów bieżących: „hej, jak tam leci?”, „ale mam zjazd, idziemy na kawę?”.

Czaty mogą być wykorzystywane w komunikacji grupowej i zbiorowej, czyli publicznej, biorą w nich wtedy udział członkowie jednostki organizacyjnej lub wszyscy pracownicy, potocznie określani grupą lub właśnie nazwą czatu: „napisz na kanale ogólnym”, „widziałeś, co za beka na off-topic, widocznie znowu Janek kompa nie zablokował”, „wrzucam info na grupę PMTeam”. Mogą to być zespołowe czaty, ogólnofirmowe, dotyczące konkretnego projektu lub tematu, np. czat: „Publikacje FB” może służyć do planowania publikacji marketingowych w sieci Facebook albo „Urodziny Julki” – tymczasowy czat z okazji zbiórki urodzinowej dla kogoś ze współpracowników. Czat może również być wykorzystywany w komunikacji prywatnej, gdy uczestniczą w nim dwie osoby. Prywatność przekazu sygnalizowana na czacie grupowym jest prośbą jednego z uczestników o napisanie do niego w wiadomościach prywatnych⁸⁵: „napisz mi na priv”, „PM me”, „uderzaj na priv”, „zapraszam na priv”, „pisz priv”. Na podstawie zebranego materiału można wskazać czaty:

⁸⁴ Zwrot „Szanowny/a Panie/Pani” nie jest zgodny z obowiązującą konwencją w badanych firmach, ale wypowiedź szefa: „Szanowny Panie, proszę wziąć się do pracy” już jest zgodna z zasadami obowiązującymi w danej firmie, co oznacza ochłodzenie relacji i należy taką wypowiedź potraktować jako wyrażenie niezadowolenia oraz bezwzględny nakaz wykonania polecenia; zob. B. Chaciński, *Język 2.0. Nowa polszczyzna w sieci*, „Polityka” 2011, nr 20.

⁸⁵ Potocznie nazywany na różne sposoby: „priv” lub „PM” – ang. ‘private message’.

- formalne, oficjalne, ogólnofirmowe, np. „Kanał ogólny”, „Times Square”, „Wszyscy Biuro Bałtyk”, w których uczestnictwo ma charakter obowiązkowy; służą one informowaniu pracowników przez administrację o wydarzeniach firmowych i ważnych ogłoszeniach: „jutro w godzinach od 8:00 do 9:00 będą trudności z dostępem do sieci firmowej”, „w kuchni pizza dla wszystkich korpolutków”, „zapraszam na meeting o podsumowaniu targetów do salki”;
- nieformalne, off-topic – wszystkie inne czaty służące komunikowaniu się pracowników, poruszające tematy niekoniecznie związane z pracą, budujące jednak wewnętrzne relacje, na przykład czat „Off-topic” – powołany do przekazywania wszelkich wiadomości niezwiązanych z pracą; uczestnictwo nie jest obowiązkowe, wiele osób wycisza powiadomienia z takiego czatu, żeby nie przeszkadzały w pracy. Czat z przykładową nazwą „Wyjazd integracyjny do Zakopanego” – łączy osoby zainteresowane wyjazdem integracyjnym. Czat z przykładową nazwą „Angielski C2” – stworzony dla osób biorących udział w firmowych zajęciach z angielskiego;
- grupowe, projektowe – dotyczą one konkretnego tematu albo łączą pewną grupę, pracującą nad jakimś projektem; przykładowe nazwy takich czatów: „PM Team” – łączący kierowników projektów, „U&S Team” – czat działu utrzymania produktu, „HelpDesk Team” – czat grupy osób, zajmujących się wsparciem klienta;
- prywatne – czaty służące wymianie informacji w ograniczonej grupie.

Analizując zebrany materiał, dostrzeżono, że czaty firmowe, podobnie jak inne wewnętrzne komunikaty, są bardzo ekonomiczne i prowadzone w stylu nieoficjalnym, ograniczającym hierarchiczność⁸⁶.

Wysyłane na czatach wiadomości zawierają skróty, akronimy, przyjmują najczęściej formę pojedynczych zdań oraz równoważników zdań, rzadziej zdań dwukrotnie złożonych podrzędnych⁸⁷:

hej, wyślij mi briefa asap, deadline za chwilę

piszę ws. calla o 10, czy jest aktualne?

omg, cieszę się, że się udało zainstalować installkę u klienta.

⁸⁶ L. Szymański, *Analiza wypowiedzi z czatu internetowego*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego” 2009, nr 65, s. 165-174.

⁸⁷ Zob. L. Szymański, *Konwencje zapisu wyrazów na czacie internetowym*, „Język Polski” 2012, nr 92, s. 20-28.

imho, daj znać andrzejowi.

zw, odpisze za 15min.

elo, podeślij mi pls podsumowanie z wczorajszego kick-off⁸⁸.

Na czatach dopuszcza się użycie leksyki emocjonalnej oraz wulgaryzmów: „ostatnio zbieram same fuckupy”, „fck, mamy słabe wyniki w tym miesiącu”. Obserwacja uczestnicząca potwierdziła również tezę, że stosując wulgaryzmy angielskie, nie mamy poczucia, że używamy wulgaryzmów, czujemy się zwolnieni z odpowiedzialności. Angielskobrzmiące wulgaryzmy tracą w polskim tekście na sile ekspresji eskalowanej ich wulgarnością, stając się neutralnymi pod względem wulgarności wykładnikami emocji nadawcy komunikatu⁸⁹.

Podobnie jak w każdym innym komunikacie stosuje się słownictwo specyficzne, środowiskowe, dotyczące obszaru IT: „wrzucę installkę na prodę i sprawdzimy czy frontend się nie rozsypie”, „debuguję appkę, jak skończę to wrzucę fixa”, „wysłałem rendera na akcept”.

Funkcjonalność czatów pozwala na wyrażenie emocji w formie emotikona albo kombinacji znaków jako ikonograficznego uzupełnienia przekazu werbalnego: 😊, 😄, xD, :P, :) itp⁹⁰.

Analizowane czaty różnią się technicznie, nie ma to jednak większego wpływu na ich funkcjonalność. Dzięki nim pracownicy mogą:

- wysyłać pliki – usprawnia to szybkie przekazywanie informacji i plików, które stanowią część komunikatu: „wrzuciłem brief na czacie”, „podszyłam tu grafikę do nowego posta”;
- wstawiać animacje z biblioteki wewnętrznej danego programu albo z Internetu – urozmaica to komunikację o śmieszne animowane obrazki;
- wstawiać stickery – specjalne graficzne obrazki, prezentujące nastrój, emocję, sytuację, wykonywaną czynność, które różnią się od emotikonów rozmiarem i zakresem tematycznym, mogą być pobierane odrębne zestawy skickerów i dodawane do danego programu;

⁸⁸ Zachowano oryginalną pisownię (małe litery na początku zdania, nazwy własne małą literą, brak znaków diakrytycznych); zob. L. Szymański, *Empiryczna analiza leksyki czatu internetowego*, „Język Polski” 2011, nr 91, s. 179-187.

⁸⁹ Zob. rozdz. 3.4.1.10 rozprawy.

⁹⁰ Zob. L. Szymański, *Konwencje zapisu wyrazów...*, s. 20-28.

- oznaczać konkretną osobę, do której w czacie grupowym przez użycie znaku '@' kierowany jest komunikat, osoba ta później otrzyma specjalne powiadomienie o nowej wiadomości;
- informować użytkownika o nowych wiadomościach za pomocą dźwięku, graficznie w formie dymku czy podświetlonej nazwy z cyfrą, oznaczającą liczbę nieprzeczytanych wiadomości;
- prezentować status użytkownika w systemie, np. „online”, „offline”, „zajęty”, „nie przeszkadzać”;
- usuwać albo cofać wysłane wiadomości.

W czatach istotne jest także stosowanie określonego zapisu. Wykorzystanie w wiadomości wielkich liter, czyli wersalików, oznacza oprócz akcentacji słów, przede wszystkim podwyższony ton rozmowy, odbierany przeważnie jako krzyk i może spowodować narażenie na krytykę rozmówców⁹¹. Jest to problem dość rzadko poruszany w opracowaniach dotyczących języka wirtualnego, a jest bardzo dostrzegany w komunikacji korporacyjnej, ponieważ oznacza agresję językową: „PROSZĘ O WYSŁANIE MATERIAŁU ASAP”, „FCK”, „MAMY FUCK-UP”.

Komunikat zredagowany tradycyjnie oznacza neutralny ton i jest najbardziej rozpowszechniony: „Hej, załóż mi taska w CRM”, „Cześć, podpowiedz jak skonfigurować połączenie [...]”. Komunikaty, w których nie są używane duże litery, są uważane z kolei za lenistwo użytkownika, gdyż żeby napisać dużą literę, trzeba użyć dwóch klawiszy na klawiaturze: „zaktualizowałem statusy projektu na jirze”, „janku, mam wyjazd do klienta do warszawy”. Uważa się za niezdecydowany, niepoważny i nieczytelny emocjonalnie przekaz, w którym łączy się obie formy zapisu, czyli przeplatanie małych i dużych liter, np. „cHo nA fAjKę”, „ZaWaLiŁeM pRoJeKt, Co TeRaZ?”. Taka forma zapisu w zebranych materiale występuje bardzo rzadko. Najbardziej akceptowaną formą komunikatu jest zapis zgodny z normą językową, czyli wielką literą nowe zdanie, nazwy własne, a reszta zdania małymi literami; pomimo tej preferencji odbiorczej poprawność językowa w nieformalnych komunikatach na czatach rzadko jest brana pod uwagę przez uczestników komunikacji⁹².

Kalendarze firmowe i systemy planowania oraz kontroli wykonania zadań

⁹¹ M. Tobolová, *Komunikacja językowa w polskim Internecie...*, s. 55-56.

⁹² M. Tobolová, *Komunikacja językowa w polskim...*, s. 56-58; por. E. Kołodziejek, *Ekonomiczność innowacji składniowych...*, s. 87-98.

Jest to specyficzny typ komunikatu, jednak często używany w wewnętrznych kontaktach firmowych. Celem tej formy przekazu jest wskazanie zadań do wykonania, ewidencjonowanie danych, nadawanie statusów i planowanie, ustawianie terminów wykonania zadań (tzw. deadline). Ta forma komunikowania się służy głównie usprawnieniu organizacji pracy. W tym celu wykorzystuje się następujące narzędzia programowe: Trello, Jira, Teams, Google Calendar. Notatki w kalendarzach firmowych i systemach planowania oraz kontroli wykonania zadań są krótkie i uporządkowane, wykorzystywane jest w nich słownictwo specjalistyczne, dominuje forma przekazu bez wskazania odbiorcy: „napisać speckę do ABC”, „zrobić harmonogram do wtorku”, „kontakt z klientem w poniedziałek o 10:00”, „dokończyć mockupy, deadline piątek 12:00”. Wskazane programy umożliwiają wysyłanie powiadomień do każdej z odpowiedzialnych osób indywidualnie. Oznaczenie ikonograficzne, będące częścią komunikatu, pozwala na łatwe kategoryzowanie treści: „poprawa layoutu strony: zmiana logo, dodać więcej treści, poprzesuwać buttony”, „brainstorm dot. strategii marketingowej we wtorek o 12”.

Specjalne wewnętrzne systemy elektroniczne do zarządzania i kontroli

Są to specjalne programy rejestrujące zgłoszenia od klientów oraz zadania wewnętrzne poszczególnych pracowników i zespołów. Systemy te są narzędziami służącymi do zarządzania bazą klientów oraz relacjami z nimi⁹³. Pozwalają one opracowywać znaczną liczbę zadań, kontrolować ich wykonanie przez wielu użytkowników, dlatego są użyteczne w korporacjach IT. Najważniejszym ich celem jest nadzorowanie i obserwacja pracy zespołu, służy temu podgląd do bazy kontaktów, dostępny dla kadry kierowniczej, pomocny w sporządzaniu statystyk i raportów jakości wykonanych zadań. Stałym elementem tego rodzaju systemów są karty zadań, mogą one być przypisane do konkretnego użytkownika lub grupy użytkowników. Karta zawiera informacje o typie zadania, stopniu jego wykonania, osoba odpowiedzialna wskazuje, co zostało faktycznie wykonane, w jakim czasie i zakresie. Karta zadania, zwana potocznie „ticket”, pomaga w indywidualnym i zespołowym rozliczaniu z wykonanej pracy (Rys. 11):

⁹³ Są to tzw. systemy *CRM* (ang. Customer Relationship Management).

TO VERIFICATION 7	VERIFIED 4	DONE 3
Testy systemowe: GUIDy wymagane przez VE C.G-48 IG	Tsk Ustaw datę wysyłki FVS C.G-53 IG	Podpiąć wiki S3 zamiast starego wiki do menu systemu - migracją aktualizacja linku C.G-50 BU
Błąd na procesie ADM C.G-54 BU	Błąd wywołania taska C.G-46 BU	Testy systemowe: Aktualizacja indeksów bazy danych - 78 indeksów nie jest poprawnie przebudowanych
Błąd na procesie DSiR C.G-56 BU	.env - uzupełnić C.G-49 BU	C.G-47 IG

Rys. 11. Przykładowa tablica ze zgłoszonymi ticketami. Źródło: opracowanie własne

W trakcie badań zauważono, że notatki sporządzane w systemach CRM oraz wysyłane komunikaty są bardzo krótkie, często występują w nich niezдания⁹⁴, z perspektywy osoby z zewnątrz mogą one czasem wydawać się nielogiczne, jednak dla uczestników badanej wspólnoty są czytelne: „ddl 23.07”, „deploy na prod”, „fakturowanie do DH EOD”. Czasem przypominają hasło lub zawierają nazwę, pod którymi kryje się nietrudna do interpretacji dla odbiorcy treść, np. „rollout sytemu prod” (kopiowanie systemu klienta na inne identyczne środowisko), „urlop klienta do dnia 03.08” (oznacza, że do tej daty nie ruszamy projektu). Używane są również skróty i skrótowce, których treść interpretowana jest przez odbiorców, np.: *HR* (ang. *human resources*), *IP* (ang. *Internet protocol*), *KPI* (ang. *key performance indicators*), *SaaS* (ang. *Software-as-a-Service*), *SEO* (ang. *search engine optimization*)⁹⁵.

Wiadomości SMS

Jest to pisemna forma komunikacji wewnętrznej, bardzo przyspieszająca wymianę informacji, jednak rzadko wykorzystywana przez pracowników firm IT w relacjach wewnątrzspółnotowych. Korzystają z niej, gdy chcą poinformować o czymś pilnym albo

⁹⁴ Problem niezdań w komunikacji codziennej pojawił się już w połowie XX w., omawiał go w swoich badaniach W. Pisarek, natomiast w chwili rozwoju komunikacji elektronicznej, dane zjawisko się bardzo rozwija; zob. W. Pisarek, *III Forum Kultury Słowa...*, s. 5-7; L. Szymański, *Analiza wypowiedzi z czatu internetowego...*, s. 165-174.

⁹⁵ Wielu autorów: Z. Klemensiewicz, S. Urbańczyk, S. Grabias uważa, że języki środowiskowe wspólnotowe mają charakter tajny ze względu na nieczytelność dla osób z zewnątrz, natomiast tajność nie jest podstawową funkcją języka pracowników korporacji IT, bierze się ona ze specjalizacji lub technologii. Jest wynikiem profesjonalizacji treści, zob. T. Piekot, *Język w grupie społecznej. Wprowadzenie do analizy socjolektu*, Wałbrzych 2008, s. 20.

nagłym, szczególnie, gdy nie ma dostępu do skrzynki e-mailowej lub czatu firmowego. Uczestnicy komunikacji korporacyjnej wychodzą z założenia, że w takim przypadku lepiej zadzwonić. Rezygnują z połączenia telefonicznego i sięgają po SMS, gdy nie chcą przeszkodzić osobie odbierającej komunikat, np. podczas spotkania albo gdy osoba, wysyłająca komunikat, nie może w danej chwili rozmawiać. Najczęściej w ten sposób informuje się przełożonego o spóźnieniu lub ewentualnej chorobie i nieobecności w pracy: „Hej, dziś zostaję na HO, mam katar”, „Spóźniam się na 10 min, zaczynajcie beze mnie”.

Wiadomości SMS rzadko używane są w komunikacji wewnętrznej także z powodu ograniczenia liczby znaków. Ta forma przekazu jest stosowana podobnie jak w świecie pozawspólnotowym⁹⁶. W ramach komunikacji korporacyjnej wyróżnia ją użycie specjalistycznej i profesjonalnej leksyki: „deploy wystartował”, „odpalam Adsy”, „masz 2 CV na @”. Kolejne cechy to: bardziej ekonomiczny przekaz, np. „oddzwoń asap. Pozdr., Kuba”, „FYI, call ws umowy o 10”, nieformalność i bezpośredniość relacji:

Cześć, dziś potrzebuję 1d. urlopu z pow. rodzinnych. Pozdrawiam, Janek

Hej, dziś będę nieobecny w pracy z powodu choroby, mam L4. Pozdr. Szymon⁹⁷

Hej Janku, podejdź do salki na 3p.

Wiadomości w mediach społecznościowych

Ten typ komunikatu uznano za element komunikacji wewnętrznej, gdyż dotyczy informacji wymienianych przez pracowników korporacji w zamkniętych grupach społecznościowych, obejmujących wyłącznie członków danej wspólnoty. Jest to jednak forma komunikacji, która łatwo może przekroczyć granice komunikacji wewnętrznej, dlatego najczęściej ograniczana jest do sfery prywatnej, łączącej pracowników firmy. Może też być prowadzona w formie czatu, który pozwala komunikować się tylko z jedną albo kilku osobami. Zakres tematyczny obejmuje przeważnie problemy niezwiązane z pracą, na przykład umówienie się na wyjście integracyjne, choć w chwilach trudnych wspomaga inne typy komunikatów, pozwala komentować aktualne wydarzenia zawodowe, służy rozładowaniu emocji: „hahaha, chyba dział nam się skróczył” [sic!], „zadzwoń po kolejnym spotkaniu i ci powiem co i jak, hehe” [sic!].

⁹⁶ Zob. D. Ochotna, *Struktura komunikatów SMS-owych...*, s. 86.

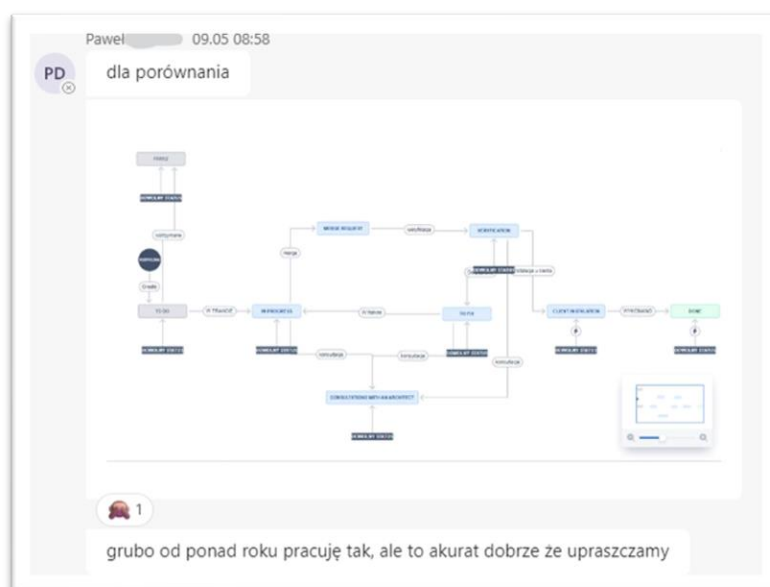
⁹⁷ Przykład nieformalnej formuły do osoby stojącej w hierarchii wyżej, neutralizuje hierarchiczność.

Język tych wiadomości jest podobny do tego, który wykorzystywany jest w czatach firmowych w komunikacji poziomej. Częściej jednak pojawiają się w przekazach wulgaryzmy, jest to też przekaz nieco bardziej emocjonalny, co znajduje swoje odzwierciedlenie w nadużywaniu emotikonów, stikerów i obrazków animacyjnych oraz slangu korporacyjnego: „Hej korpolutki, proponuję w piątek zorganizować wyjście integracyjne, co wy na to? 😊”, „Dammit, ja nie mogę, jestem zavalony taskami”, „ja pierdole zapomniałem 😱”.

Komunikaty ikonograficzne

Opisując komunikację wewnętrzną, należy wspomnieć o komunikatach niewerbalnych, odgrywających istotną rolę w procesie informowania. Stanowią one dopełnienie przekazów ustnych lub pisemnych, zawsze jednak przyjmują formę utrwalonej wspólnotowo, konwencjonalnej ikonografii, dlatego stanowią element komunikacji pisemnej.

Ich celem jest uporządkowanie informacji, dodatkowe wyjaśnienie problemu za pomocą tabel, wykresów, schematów (Rys. 12):



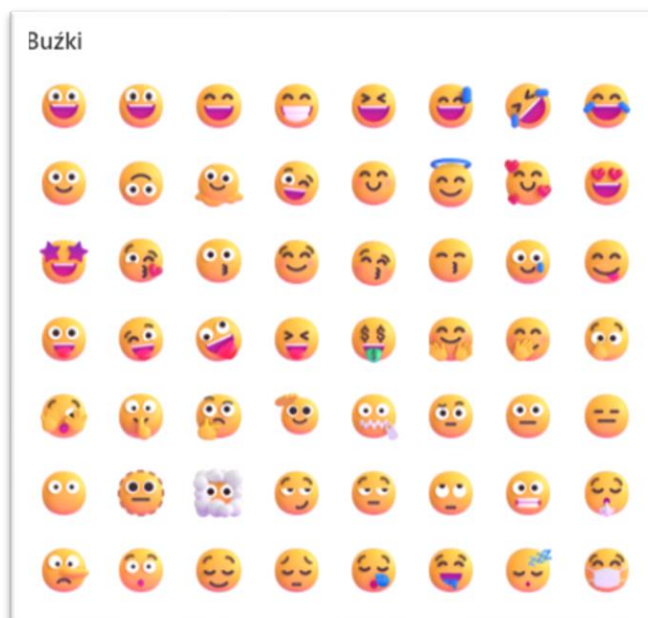
Rys. 12. Ilustracja używania wykresów i schematów jako komunikatów niewerbalnych na czatach firmowych na przykładzie programu Microsoft Teams. Źródło: opracowanie własne

Niektóre uatrakcyjnają przekaz merytoryczny, ilustrują go czasem w sposób humorystyczny za pomocą memów lub naklejek (Rys. 13):



Rys. 13. Ilustracja przykładów memów, które są używane do komunikacji na przykładzie programu Microsoft Teams. Źródło: opracowanie własne

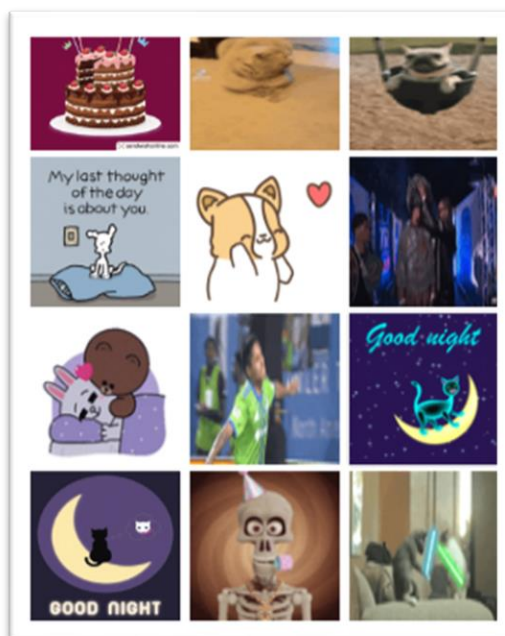
Pomagają także wyrazić emocje, np.: *emotikony* (Rys. 14), czyli buźki lub animacje GIF (Rys. 15)⁹⁸:



Rys. 14. Ilustracja przykładów emotikonów, które są używane do komunikacji korporacji IT.

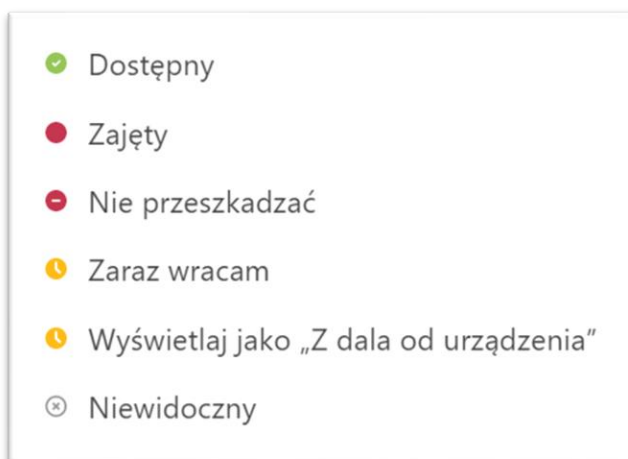
Źródło: opracowanie własne

⁹⁸ W ostatnim czasie badań, zauważono, że osoby nadużywające emotikonów i obrazków są coraz niżej cenione w hierarchii grupy, ponieważ uważa się, że brak im kompetencji językowych.



Rys. 15. Ilustracja przykładów ruchomych obrazków czy animacji GIF, które są używane do komunikacji korporacji IT na przykładzie programu Microsoft Teams. Źródło: opracowanie własne

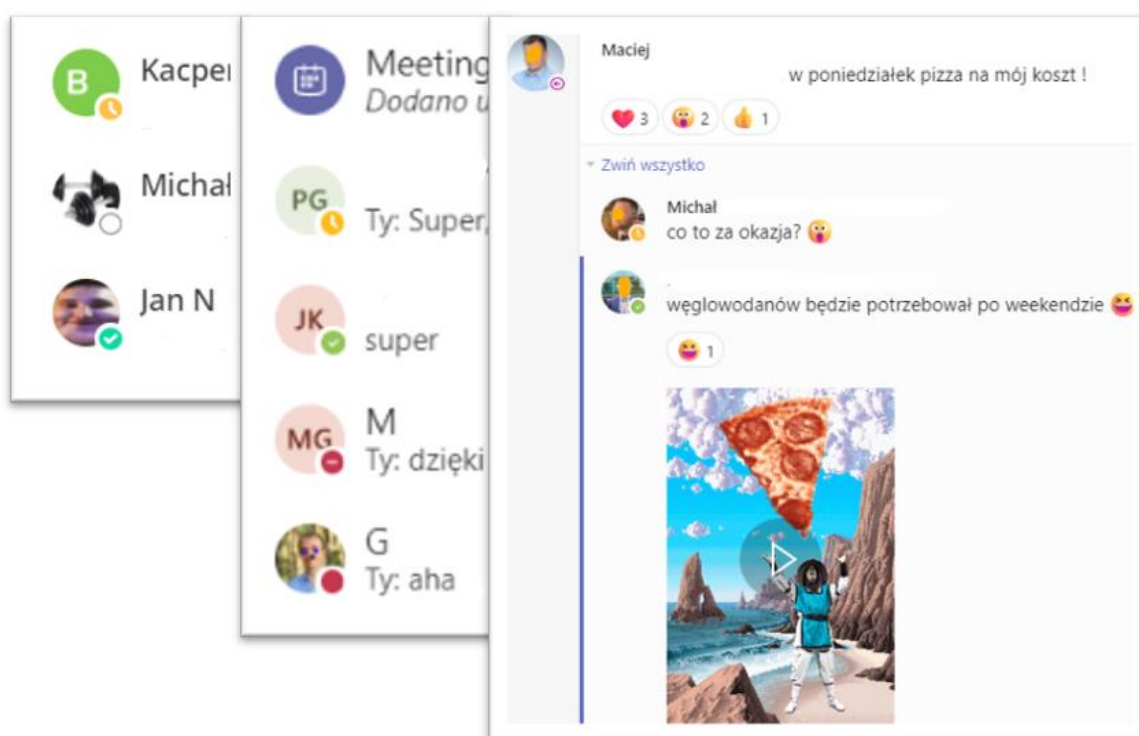
Użytkownicy języka korporacyjnego stosują także funkcjonalne kody niewerbalne, na przykład graficznie informują o statusie użytkownika na czacie (online lub offline) w formie kropki o kolorze czerwonym, zielonym albo żółtym przy nazwie użytkownika lub jego logo. Tak oznaczany jest także status użytkownika w programie służącym do telekonferencji. Kropka o różnych kolorach lub odmienne graficznie ikonki informują, że użytkownik jest: w trakcie rozmowy, w trakcie prezentacji ekranu, zajęty, dostępny (Rys. 16):



Rys. 16. Ilustracja przykładów statusów dostępności, które są używane do komunikacji korporacji IT.

Źródło: opracowanie własne

Istotną rolę w budowaniu relacji odgrywa miniatura zdjęcia użytkownika, jego logo lub awatar. Zdjęcie oswaja komunikację technologiczną, daje poczucie aktywności i obecności osoby uczestniczącej w telekonferencji, nawet jeśli ta ma wyłączoną kamerę. Natomiast awatar i logo, małe zdjęcie zamieszczane na czatach firmowych, w stopce mailowej, specyficzny identyfikator uczestnika komunikacji, często są dodatkową informacją na temat jego zainteresowań i poczucia humoru. O minimalnym zaangażowaniu świadczą zawarte w miejscu awatara inicjały imienia i nazwiska. Poniżej przykłady statusów użytkowników wraz z miniaturkami (Rys. 17):



Rys. 17. Ilustracja komunikatów niewerbalnych na czatach firmowych na przykładzie programu Microsoft Teams. Źródło: opracowanie własne

3.3.1.3. Bariery komunikacyjne

Nawiązując do wcześniejszych sformułowań, że komunikację zakłócają szумы, warto przywołać teorię Shannona-Weavera⁹⁹, która pierwotnie była sformułowana przez Shannona jako matematyczny model dla dziedziny teorii informacji, ale szybko – przy

⁹⁹ C. E. Shannon, W. Weaver, *A Mathematical theory of communication...*

współpracy z Weaverem – została przeniesiona na płaszczyznę nauki o komunikacji. Teoria ta głosi, że dokładne odtworzenie przekazu przez adresata jest fundamentalnym problemem komunikacji. Zwracali na to uwagę w swoich opracowaniach także B. Doberek-Ostrowska i W. Babik. W niniejszych badaniach również zwrócono uwagę na ten problem w komunikacji korporacji IT, która jest komunikacją bardzo specyficzną. Jednym z najważniejszych elementów skutecznego działania korporacji jest prawidłowy przepływ informacji pomiędzy wszystkimi jednostkami i jej pracownikami w obu płaszczyznach: pionowej i poziomej. Ważna jest treść komunikatów, ich poprawność, szczególnie jasność i dostarczenie informacji na czas. Członkowie badanej wspólnoty wielokrotnie podkreślali, że równie istotnym czynnikiem poprawnej komunikacji w korporacjach IT jest szacunek dla jej uczestników, a mianowicie nieprzerwanie wypowiedzi, mówienie w sposób jasny:

Sorry, że wszedłem ci w słowo, proszę kontynuuj [...].

Sorry, że Cię przerwałem, tylko dopowiem swoją myśl na temat procedury update'u aplikacji [...].

Czy mogę prosić o sprecyzowanie twojego pytania, nie bardzo rozumiem o czym mówisz i jak to się ma do tematu deploya na prodzie.

Jednak zgodnie z teorią szumów i zakłóceń mamy świadomość, że komunikacja nie zawsze przebiega w sposób idealny. Świadczą o tym opracowania dotyczące szumów, zakłóceń i barier komunikacyjnych^{100, 101}.

Badania pokazały, że relacje wewnątrzspołnotowe w korporacjach IT zaburza wiele czynników¹⁰². Jeżeli strony nie potrafią znaleźć wspólnego punktu widzenia, nie relatywizują własnych spostrzeżeń, a oczekiwania jednej strony są przeciwstawne z oczekiwaniami drugiej, wywołuje to sprzeciw, który może być też wzmacniany autorytarnością zarządzającego procesem komunikacji. Generuje to niezdrową konkurencję, ukierunkowuje pracownika na własny sukces, a nie na pracę zespołową, ostatecznie utrudnia budowanie efektywnych relacji wewnątrzspołnotowych. Problemy komunikacyjne znajdują odzwierciedlenie w formie językowej przekazów, świadczą o nich:

- nadużywanie wulgaryzmów:

¹⁰⁰ B. Doberek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego...*, s. 13.

¹⁰¹ J. Stewart, *Mosty zamiast murów...*, s. 175-176.

¹⁰² W. Babik, *Bariery i zakłócenia w komunikowaniu się bibliotekarzy z przełożonymi...*, s. 21-35.

Kurwa mać, spalił mi ładowarkę do laptopa.

Co za typ, podpierdolił mi klienta i nawet nie przeprosił.

Mam w dupie jego scope, mam swój target i swoje ROI z tego.

- zmiana stylu zarządzania pracą, przejście od „my” do „wy”/„ty” oraz wykorzystanie zwrotów: „musisz”, „powinieneś”, „należy”, „ASAP”¹⁰³:

Musimy działać wspólnie, jesteśmy jednym teamem, gramy do jednej bramki, a nie każdy sam za siebie.

To wy odpowiadacie za dowiezienie projektów na czas i satysfakcję klienta, jak nie dowiezicie, to nie ma premii.

Zrób tę specyfikację do weekendu, bez tego nie ruszy projekt.

Powinniśmy nie tracić czasu na głupoty, żeby wyrobić się z ROI do końca kwartału.

Musimy nie pozwalać na wrzutki z innych działów, dopóki mamy górkę z otwartymi tematami.

Powinieneś nie rozdrabniać się pomiędzy tematami, tylko skupić się nad swoją pracą i tylko swoimi otwartymi taskami z boarda.

- wprowadzenie wypowiedzi alienujących pracownika w grupie, które umożliwiają przerzucenie na niego odpowiedzialności za niepowodzenie wszystkich:

To był twój pomysł, szkoda, że wszyscy zaufaliśmy [...].

Oddaję projekt Jankowi, jak się podszkolisz, wtedy możesz liczyć na takie zaawansowane projekty.

Jak się czegoś nie wie, to trzeba się nauczyć, a nie robić nas w konia.

Bariery komunikacyjne, utrudniające relacje między uczestnikami komunikacji, często są wynikiem:

¹⁰³ Skrót z ang. „zrób tak szybko, jak to jest możliwe” [tłumaczenie własne].

- niespójnych oczekiwań uczestników: „ale to jest bez sensu”, „kto go naprowadził na tak głupi pomysł [...] my nie mamy tooli do tego”, „przecież nie dźwignę kolejnego projektu na raz”¹⁰⁴;
- niskich kompetencji językowych i komunikacyjnych każdej ze stron: „o co mu chodzi, znowu pisze do mnie ten shit”, „o co tobie chodzi w tym mailu?”;
- strachu przed ujawnieniem niekompetencji w jakiejś dziedzinie, bycia wyśmianym:

Ej, podpowiedz mi o co chodzi z tymi ryzykami, nie kumam co mam zrobić z tym draftem przecież będzie cisnął ze mnie bekę, że nie ogarniam sęla.

Jak tak odpiszę do adminów, to wyślą mnie na drzewo albo nie ruszą ticket.

- wewnętrznej konkurencji.

W komunikacji wewnętrznej bariery są warunkowane strukturą organizacyjną firmy oraz kierunkiem przepływu komunikatu. W relacjach pionowych pomiędzy pracownikiem a jego kierownictwem mogą występować zakłócenia komunikacyjne wynikające z braku obiektywizmu kierownika lub nadmiernej roszczeniowości pracownika. Przejawia się to w faworyzowaniu działań jednej osoby lub działu i marginalizacji innych, co motywuje odrzuconych do pokazania swoich możliwości i osłabiania pozycji faworyzowanych przez utrudnianie im pracy. Jest to początek tworzenia się nieformalnych grup, które wprowadzają dziką, niekontrolowaną konkurencję, zwaną „wyścigiem szczurów”, a ich uczestnicy określane są jako „korpoczury”:

Ja wam powiem, że KPI działu marketingu jak zawsze na topie, bierzcie przykład, my to nie pokazaliśmy najlepszego rezultatu, mamy czas do końca miesiąca osiągnąć ROI minimum na ich poziomie¹⁰⁵.

Janek jedyny w naszym dziale się na tym zna, jest najlepszy guru w tematach [...], także moi korpolutki, mamy do czego lub kogo dążyć.

Wielu pracowników, obawiając się utraty pracy, pomimo poniżania, poczucia krzywdy i upokorzenia nie sprzeciwia się nawet błędnym decyzjom kierownika, co nie motywuje do efektywnej pracy i nie służy firmie oraz wpływa na efektywność zespołów.

¹⁰⁴ Pracownicy komentują, że szef żąda niemożliwego.

¹⁰⁵ Dotyczy to jednego z działów, który jest faworyzowany przez kierownika, co nie podoba się pozostałym uczestnikom komunikacji.

W swoich badaniach Marek Tokarz potwierdza, że komunikat może wywołać zmianę postawy odbiorcy, który pod wpływem komunikatu zaczyna tolerować dane stanowisko, choć go nie podziela¹⁰⁶.

Kolejną częstą formą zaburzenia relacji pionowych jest oparta na złych przesłankach kontrola wewnętrzna. W jej wyniku powstają wokół zarządzającego grupy nieformalne, których członkowie czują się zobligowani do stałego informowania swoich zwierzchników o wszystkim poprzez wykorzystanie niekwalifikowanych danych, na przykład plotek:

Słyszałeś ostatnie newsy? Wygląda, że będą duże zmiany w teamie Tomka, ma się zmieniać team leader.

Tej, co tam się działo na tym piątkowym daily? Bo ja byłem z Arturem na telco.

Wysłałem Ci coś ważnego na FB, zoba ostatniego newsa z teamu.

Takie działania mają na celu uzyskanie dodatkowych przywilejów, a tak pomyślana organizacja pracy ukierunkowana jest na sukces i stopniowe przejmowanie lub umacnianie władzy, a nie na budowanie efektywnych relacji w zespole.

Pionową komunikację wewnętrzną w znacznym stopniu zaburza nieefektywne wykorzystanie zasobów zespołowych, co przejawia się w negowaniu potencjału niepokornych, ale zdolnych pracowników: „znowu gadacie że jesteście najlepsi, a nic z tego nie widać, gdzie są te KPI?”, „nie wychylaj się specjalnie, bo dorzuci kolejny projekt”. Obniżanie autorytetu pracownika, nadużywanie motywacji negatywnej i odrzucanie dobrych pomysłów pracowników przez kierownika czy dyrektora także nie podnosi efektywności komunikacji: „przestań, zrobimy rozwiązanie standardowe”, „jak się czegoś nie wie, to trzeba się przeszkolić”. Takie zachowanie osłabia roszczeniowość pracowników, umożliwia cięcie kosztów, jednak utrudnia wykorzystanie w pełni kompetencji i możliwości twórczych zespołu: „tracimy kasę, na nie wiadomo co, od teraz optymalizujemy ten wydatek [...]”, „nie jesteśmy gotowi na tak ryzykowne decyzje. Ja się doczekam od was chociaż jednego dobrego pomysłu?”.

¹⁰⁶ M. Tokarz, *Ocena społeczna – teoria i wnioski praktyczne*, [w:] *Mechanizmy perswazji i manipulacji. Zagadania ogólne*, red. G. Habrajska, Łask 2003, s. 195.

Najczęstsze zachowania generujące bariery komunikacyjne wśród pracowników korporacji IT w ramach komunikacji pionowej

Autorytaryzm

Przekonanie team lidera (kierownika zespołu), że to on zawsze ma rację, sprawia, że inni nie mają możliwości wypowiedzenia się, sformułowania krytycznych opinii: „taka jest moja decyzja”, „jest to polityka firmy, nie podważamy tego”. W trakcie dyskusji kierownik sam odpowiada na swoje pytania, nie dając możliwości wyrażenia innych opinii, sformułowania odmiennych pomysłów. Lider buduje swój autorytet, krytykując niesprawiedliwie lub nadmiernie podwładnych: „mam więcej doświadczenia...”, „musisz jeszcze dorosnąć do tego, żeby mi wskazywać, co mam robić”. W trakcie spotkania dąży do szybkiego zakończenia rozmowy, gdy tylko nie przebiega ona zgodnie z jego oczekiwaniami: „zaparkujmy ten temat”, „pogadamy po moim spotkaniu”, „nie mam teraz czasu kontynuować”.

Ponížanie

Ujawnia się ono w sposobie wyrażania opinii o pracownikach lub kolegach. Jest to głównie bariera utrudniająca komunikację pionową, może jednak występować także w ramach komunikacji poziomej. Przejawia się agresywnymi zachowaniami językowymi, negującymi efekty, terminowość czyjejś pracy: „miałeś miesiąc na testy”, „za późno na zmiany, nic teraz nie będę poprawiał”. Skrajnym zachowaniem agresywnym jest publiczne użycie wyzwisk i epitetów: „Jesteś głupi, jak mogłeś tak to zrobić”, „niemądrze było tak zrobić [...]”. Nieakceptowanymi formalnie zachowaniami są w korporacjach ksenofobia, ageizm, rasizm, szowinizm. Jednak i one się zdarzają, szczególnie w ukrytej formie lub w relacjach zamkniętych, prywatnych: „ręce opadają od tego supportu w Indiach, są tak wolni i tępi [...]”, „gada do mnie ten hindus typowym akcentem my name is Radżep, how can I help you?”.

Niskie kompetencje zawodowe kierownika lub przełożonego

Taki lider jest często bardzo surowy, nie okazuje cierpliwości, asertywności, empatii albo odwrotnie – jest zbyt pobłażliwy. Zaburzone relacje pracownik < > kierownik, nieoparte na szacunku dla zarządzającego, często skutkują negowaniem jego autorytetu poprzez:

- publicznie (wśród osób zaprzyjaźnionych) podważane są decyzje przełożonego: „przecież on jest daleki od tego tematu”, „on chce żebym pracował 24h na dobę w takim układzie”;
- niewłaściwe interpretowanie faktów: „to zrobimy tą funkcjonalność klientowi na szybko, czy to jest takie trudne?”;
- pogardliwe komentowanie jego błędów: „to jego fuckup a nie nasz, że źle skomunikował do zespołu”;
- upublicznianie problemów korporacji: „oni tak wyciągają z klientów kasę, że szok”, „przez fatalną obsługę helpdesku to mamy więcej ticketów, ciągle nie wyrabiamy się”, „nie wiem za co bierzemy tyle kasy”;
- formułowanie oskarżeń o brak obiektywizmu i konsekwencji: „przecież robiłem tak jak mi kazał, wiecznie się mnie czepia”.

Najczęstsze zachowania generujące bariery komunikacyjne wśród pracowników korporacji IT w ramach komunikacji poziomej

Niezdrowa konkurencja zawodowa

Jednym z najważniejszych problemów, który powoduje zaburzenie w relacjach zespołowych, jest zawiść zawodowa. Jest ona wynikiem niewłaściwej motywacji stosowanej w korporacjach, polegającej na ciągłej ocenie, porównywaniu efektów poszczególnych członków zespołu, wymuszaniu wewnętrznej konkurencji, co osłabia relacje oparte na dążeniu do wspólnego celu i na współpracy. Wiele wypowiedzi celowo stymuluje zachowania konkurencyjne, są to najczęściej oceny porównawcze: „Janek z utrzymania dosprzedał więcej niż niektóre osoby z naszej sprzedaży”, „część naszego działu trzaska te projekty jak szalone, a część nie może wyrobić się po pół roku”. Niezdrowej konkurencji służą też wypowiedzi negujące efektywność pracy innych członków zespołu: „Kuba awansował na team lidera? Szok [...]”.

W tym samym celu podważane są wypowiedzi współpracowników oraz oceny, nie mające rzeczowego charakteru, a wyłącznie ilustrujące negatywne emocje: „znowu wymyślasz”, „ale się podlizuje..., ja nie wiem jak go przyjęli do tej pracy”, „ale się wychyla, ciekawe czy długo tak wytrzyma”.

Brak kompetencji w zakresie kodu wspólnotowego

Kod wspólnotowy pracowników korporacji IT jest niezrozumiały dla osób z zewnątrz, nie jest im znana także konwencja komunikacyjna, obowiązująca w danej firmie. Rodzi to wiele problemów i utrudnia budowanie poprawnych relacji. W trakcie badań dostrzeżono, że nowe osoby przychodzące do pracy nie zawsze rozumieją profesjonalizmy i słownictwo specjalistyczne oraz specyficzne dla danej grupy wyrażenia. Czasem nie przyznają się i niefortunnie odczytują przekaz, co prowadzi do konfliktów, osłabia efektywność pracy zespołowej:

Osoba 1: jak działa dana aplikacja?

Osoba 2: aplikacja współpracuje z komponentami takimi jak: archiwum plików, które ma 10 endpointów, systemy do konwersji też kilka endpointów, systemy generowania pdf, usługi ocr i inne. Endpointy wykorzystywane są wewnątrz w aplikacji w celu realizacji określonych funkcjonalności takich jak np. dodawanie pliku do archiwum. Nie ma natomiast metod/endpointów, które można wykonać bezpośrednio z poziomu aplikacji [...]

Osoba 1: co to jest endpoint?

Osoba 2: jak tego nie wiesz?

Przeprowadzone badania dowiodły, że komunikację pomiędzy członkami korporacyjnej grupy zakłócają także inne zachowania, które są wynikiem niskich kompetencji komunikacyjnych członków grupy:

- komunikaty w formie niespójnej, nieczytelnej, niezrozumiałej, niewyraźne wypowiedziane, zbyt długie:

dajcie cynka jak ma ktoś gdzieś we wdr. widok w którym wyciągamy wartość z pola AdditionInfo z indextypedictionary poprzez inner joina do rtbla albo documentindex.

- alienacja osoby, niechęć do budowania relacji: „jest typowym programistą jaskiniowcem, o czym z nim gadać”;
- podniesiony ton głosu: „Bartku! Wysłałem ci maila 3 dni temu!”;
- bariera językowa, słaba znajomość języka angielskiego: „I hope you understand what I want to say. Today we have meeting to discuss new project. I have some ideas, but maybe better if someone else start?”;
- brak szczerości i otwartości w wypowiedziach, zbyt ogólne sformułowania, asekuracyjne: „dostarczymy funkcjonalność w najbliższym czasie”, „projekt będzie okey, nie ma co się martwić”;

- nadużywanie form nakazowych: „musisz”, „musicie”, „powinieneś”, „powinniście”, „powinien pan”;
- nadużywanie formy pierwszej osoby liczby pojedynczej w przekazach: „ja wiem”, „ja umiem”, „ja rozumiem”;
- lekceważenie odbiorcy poprzez niestaranne redagowanie przekazu, który przez to jest niespójny, trudny do zinterpretowania: „przynij doc do boadra i wyslij malia do kiljenta”;
- agresja werbalna: „[...] nie mów mi co mam robić, ok?”, „zamknij się!”, „nie chcesz po prostu przyznać się do winy!”;
- nadużywanie wulgaryzmów jako sygnałów negatywnych emocji: „ale shit z tego wyszedł”, „fck, przegapiliśmy terminy”.

Przyczyną niefortunnej komunikacji mogą być także wadliwa organizacja pracy i niewłaściwe formy motywacji. Nie pomagają to w budowaniu poprawnych relacji:

- brak wyraźnych zasad postępowania i działania: „szybko, szybko robimy, nie zastanawiamy się za długo”;
- brak czasu i zmęczenie: „dopiero początek tygodnia, a ja już się nie wyrabiam po tych poniedziałkowych spotkaniach”;
- podkreślanie różnicy w stażu pracy: „nie musisz mnie pouczać, pracuję tu od 5 lat”;
- słaba osobista dyscyplina pracy albo złe nastawienie do pracy, brak właściwej motywacji do wysiłku: „dopiero środek tygodnia, a ja mam odczucie jakby to był już piątek, piątek, piątunio”;
- zróżnicowanie wynagrodzenia nieodzwierciedlające efektów pracy;
- częsta wymiana kadr;
- brak kompetencji zawodowych na odpowiednim poziomie niektórych członków zespołu;

Bariery utrudniające komunikację wewnętrzną bez względu na kierunek przepływu informacji

Analizując zebrane teksty przekazów, dostrzeżono szereg barier, które są wspólne dla obu kierunków przepływu komunikatu. Wskazane wyżej nadużywanie wulgaryzmów coraz częściej pojawia się także w komunikacji pionowej, nawet w kontaktach pracownik > szef:

Maciej, kurwa, przecież nie rozerwę się, jak dowalasz mi roboty.

Fuck, przecież nie śpię w pracy, nie wpierdalaj się nam w robotę, my sobie między sobą w teamie poradzimy.

Kurwa, jak dajesz mi takiego obszernego taska chwila przed callem, nie jestem w stanie w pełni zbadać temat, przez takie coś mam totalny rozpierdol...fuck.

Przerywanie wypowiedzi, wynikające z pośpiechu, braku czasu na długie wypowiedzi, zaczyna pojawiać się w zachowaniach wszystkich uczestników badanej wspólnoty: „[...] ale daj mi powiedzieć, bo nie chcesz mnie wysłuchać”¹⁰⁷, „Janku, ale nie skończyłem [...]”. Autorytaryzm jest coraz częściej cechą przekazów poziomych oraz komunikatów wysyłanych do kierowników przez długoletnich pracowników, przekonanych o swojej niepodważalnej wiedzy, wynikającej z doświadczenia: „przecież za dziesięć lat w branży lepiej wiem”, „ale mówię ci, tak to ma być inaczej aktualizacja nie przejdzie [...]”. Tak w komunikacji pionowej jak i poziomej zaczyna przeszkadzać brak asertywności jej uczestników. Przejawia się to niechęcią do większego zaangażowania się osoby pracującej przez długi czas i działającej przez to rutynowo. Unika się też wysyłania sygnałów informujących o niezrozumieniu komunikatu: „ale nie mówiłeś, że to też ma być zrobione”. Coraz częściej pojawia się strach przed osobami wypowiadającymi się bardzo emocjonalnie i krytycznie, wynika on często z niechęci do konfrontacji:

Nie mam ochoty z nim dalej prowadzić ten wątek;

Niech robi jak chce [...];

Nie chce mi się dalej dyskutować z AdminTeamem, ma być zainstalowane i tyle, przekazałem im wszystko co miałem.

Relacjami korporacyjnymi zaczyna rządzić kłamstwo. Brak szczerości, uczciwości bywa nagradzane doraźnymi benefitami i sympatią członków grupy. Coraz częściej pracownicy korporacji IT nie radzą sobie ze stresem, dotyczy to wszystkich, bez względu na zajmowane stanowisko i ujawnia się w relacjach interpersonalnych: zbyt głośnym mówieniem, nienaturalnym śmiechem, odreagowywaniem frustracji na innych, autorytarnym prezentowaniem własnych racji: „ja lepiej wiem, dłużej tu pracuje”, „tak ma być, bo jak tak powiedziałem”.

¹⁰⁷ Przerywanie wypowiedzi szefowi.

Wspólne są także bariery warunkowane czynnikami zewnętrznymi, niezależnymi od uczestników komunikacji; należą do nich:

- złe warunki pracy: niedziałająca klimatyzacja w porze letniej, niska temperatura zimą, niewłaściwe warunki oświetlenia pomieszczenia, itp.: „znowu gorąco [...] czy w tym biurze kiedykolwiek będzie działać klima?”, „niby jest chillroom, ale chodzić tam nie możesz”
- trudna sytuacja ekonomiczna firmy – niewłaściwie przeprowadzana redukcja pracowników; nieuzasadnione i niezapowiedziane obniżki płac¹⁰⁸;
- brak koniecznych narzędzi.

Konkludując, w budowaniu dobrych relacji przeszkodą jest każde zachowanie, które zakłóca lub utrudnia wymianę informacji, narusza godność jednej ze stron, wywołuje negatywne emocje oraz narusza tabu wspólnotowe¹⁰⁹. Bariery komunikacyjne mocno ograniczają efektywność komunikacji, w konsekwencji wpływają na celowość działań, dlatego tak istotne jest zdefiniowanie barier typowych dla danej wspólnoty i ich systematyczne neutralizowanie. Na podstawie przeprowadzonych badań do narzędzi, które poprawiają komunikację oraz neutralizują bariery, zaliczono kompetencję komunikacyjną, która obejmuje kompetencję etykietalną, kompetencję w zakresie asertywności, różnicowania kodu, stosowania strategii i słuchania. Dla bardziej szczegółowego rozumienia barier komunikacyjnych oraz sposobów ich neutralizacji odwoływano się między innymi do opracowań Marshalla Rosenberga¹¹⁰ oraz pracy Bruce’a Gronbecka, Kathleen German, Douglasa Ehningera i Alana Monroe¹¹¹. Pomocne mogą być w tym przypadku czynniki usprawniające komunikację grupową, wewnątrzspółnotową.

¹⁰⁸ Reprezentatywnym zdarzeniem są przypadki, kiedy firma ma trudną sytuację ekonomiczną i uprzedza pracownika lub grupę pracowników o tym, że już za moment nie będą pracownikami, zob. *Zwolnienia grupowe w Facebooku. Tysiące pracowników na celowniku*, <https://wyborcza.biz/biznes/7,177150,29113505,zwolnienia-grupowe-w-facebooku-tysiacze-pracownikow-na-celowniku.html> [dostęp 26.05.2023]; *Korporacje technologiczne zwolniły 51 tys. osób; m.in. Amazon, Meta, Microsoft*, <https://www.portalspozywczy.pl/technologie/wiadomosci/korporacje-technologiczne-zwolnily-51-tys-osob-m-in-amazon-meta-microsoft,218738.html> [dostęp 27.07.2022].

¹⁰⁹ Z obserwacji uczestniczącej wynika, że jeżeli godność jednej osoby jest naruszana przez inną osobę, to na takie zachowanie pracownicy się nie godzą. Negatywne emocje wywołują zachowania, które przekraczają dopuszczalną granicę: niejasność wypowiedzi i wymaganie niemożliwego, brak komunikowania się czy niedomówienie, obrażanie słowne, wyzywanie, przejście na osobowość itp. Granica tabu, która często jest naruszana i wskazywana przez uczestników, to są uczucia osobowości, dyskryminacja, podważanie kompetencji zawodowych itp. Problem ten omawiano między innymi w pracach Małgorzaty Zakrzewskiej, Barbary Wolskiej, Marka Pąckińskiego; zob. B. Wolska, M. Pąckiński, *Tabu i wstyd w literaturze i kulturze*, „Napis” 2012, nr 18, s. 3-7; M. Zakrzewska, *Tabu a ekolingwistyka w tłumaczeniu...*

¹¹⁰ M. Rosenberg, *Porozumienie bez przemocy. O języku serca*, Warszawa 2009, s. 138.

¹¹¹ B. Gronbeck, K. German, D. Ehninger, A. Monroe, *Zasady komunikacji werbalnej*, Poznań 2001, s. 56-68.

Pozytywne relacje w znacznym stopniu zależą od stopnia zintegrowania danej grupy, stąd spotkania i zadania integracyjne, unikanie hierarchiczności, wykorzystywanie w komunikatach inkluzywnego „my”. Proces budowania wewnętrznych relacji przez otwartość i przejrzystość we wzajemnych kontaktach, wzajemną zależność i poszanowanie odrębności sprzyja rozwojowi indywidualności i kreatywności, pozwala wykorzystać w pełni potencjał intelektualny grupy. Do elementów, które usprawniają komunikację, zwiększają zintegrowanie zespołu, poprawiają przepływ informacji, można zaliczyć:

- wymianę doświadczeń zawodowych: „ja w poprzednim projekcie miałem podobną sytuację [...]”.
- poczucie przynależności do wspólnoty, z której działań jest się dumnym: „pracuję w dziale wsparcia IT”, „jestem influencerem, tworzymy appkę która jest na topie w polskim appstore”;
- empatię zawodową;
- rozmowy dotyczące życia osobistego, rodziny, wspólnych zainteresowań: „słyszałem że jeździsz na motorze, jaki model masz?”, „teraz w weekend w końcu wybrałem się w góry”.

Interesujący jest fakt, że w trakcie badań nie odnotowano w ramach komunikacji wewnętrznej barier generacyjnych, czyli problemów spowodowanych zróżnicowaniem wieku. W korporacjach IT nie jest ono duże, większość pracowników ma podobne doświadczenie pokoleniowe.

Bardzo rzadko pojawia się w ramach komunikacji problem płci, w badanej wspólnocie nie wpływał on istotnie na relacje. Choć można dostrzec pewne ograniczenia wynikające z ciągle niewielkiej liczby kobiet w niektórych zespołach czy formy zatrudnienia (umowa zlecenie uniemożliwia założenie rodziny). W ramach komunikacji poziomej i pionowej dominowała ocena dotycząca efektywności i kompetencji, nie płci¹¹²: „ważne żeby kandydat lub kandydatka mogły wykonywać swoje zadania, co za różnica czy to będzie dziewczyna czy chłopak”, „jak da radę to nie ma znaczenia kim jest [...]”.

3.3.2. Komunikacja zewnętrzna pozioma i pionowa

¹¹² Obecnie jest tendencja do wyrównywania stosunku procentowego liczby mężczyzn do kobiet w firmie. Jest to zgodne z założeniem, wspomnianym wcześniej w literaturze przedmiotu, zob. rozdz. 2.2 niniejszej rozprawy.

Korporacja IT jest organizacją częściowo otwartą, ponieważ warunkiem jej funkcjonowania są kontakty z otoczeniem, np. z klientami, podwykonawcami, partnerami¹¹³. Wewnętrzne środowisko korporacji IT to wzajemnie powiązane i skorelowane podsystemy komunikacyjne. W tej organizacji współistnieją obok siebie wspólnoty: programistów, handlowców, księgowych, marketingowców. Żeby organizacja dobrze funkcjonowała, wszystkie te podsystemy muszą współpracować ze sobą, nawiązywać relacje, ich funkcjonowanie odbywa się w określonej przestrzeni komunikacyjnej i łączy je wspólny ostateczny cel działania – produkt. Podobna interakcja powinna zachodzić pomiędzy otoczeniem korporacji IT i poszczególnymi podsystemami/wspólnotami korporacyjnymi. Korporacja IT pobiera z otoczenia konieczne zasoby, które są niezbędne do prowadzenia działalności. Niezbędnym warunkiem jej fortunego funkcjonowania jest respektowanie głównej zasady: wartość zasobów na wyjściu, czyli efekty działalności, muszą być większe od wartości nakładów na wejściu¹¹⁴. Podstawą korporacyjnej egzystencji jest klient albo kontrahent, z nim przede wszystkim wiąże się wszelka aktywność, która jest skierowana na tworzenie lub podnoszenie jakości produktu. Każda z tych zależności, w większym lub mniejszym zakresie, ma charakter relacji zewnętrznych, wykracza poza komunikowanie wewnątrzspółnotowe. Komunikowanie się, w takiej czy innej formie, odgrywa znaczącą rolę w codziennym życiu, jest efektywne tylko wtedy, gdy jest procesem dwustronnym. Wiadomości i informacje odbierane są tak samo ważne jak te nadawane. Należy o tym pamiętać, redagując komunikaty zewnętrzne, których odbiorcy nie są członkami wspólnoty i nie mają podobnych kompetencji w zakresie kodu wspólnotowego, funkcjonują często także w odmiennej konwencji komunikacyjnej. Współczesne firmy IT coraz częściej i chętniej komunikują się z otoczeniem. Celem komunikacji zewnętrznej jest wzbudzenie zainteresowania firmą IT i jej produktem oraz wywołanie pozytywnego nastawienia do jej działalności. Komunikacja tego typu powinna kreować korzystny wizerunek przedsiębiorstwa, wzmacniać jego pozycję na rynku. Kanałami, wykorzystywanymi w procesie komunikowania się ze środowiskiem, są między innymi: media – lokalna TV, radio, prasa, Internet. Efektywna komunikacja zewnętrzna nie może istnieć bez skutecznej

¹¹³ Firmy, które stosują otwarty model organizacyjny i biznesowy, nastawiają się na tworzenie dodatkowej wartości dla swojego klienta oraz ścisłą współpracę z nimi, co powoduje wyjście poza klasyczne rozumienie struktury organizacyjnej, które prowadzi do zatarcia pewnych granic z otoczeniem biznesowym. Te firmy mają też większe szanse na trwałe zdominowanie konkurencji. Według P. Motyla na rynku wygrywają firmy, które tworzą nowe pomysły nie tylko wewnątrz organizacji, ale także z kluczowymi interesariuszami; zob. P. Motyl, *Świat Schrodingera. Kronika nieprzewidywalnej przyszłości*, Streamwood 2020, s. 145.

¹¹⁴ *Podstawy nauki o organizacji*, red. S. Marek, M. Białasiewicz..., s. 28.

komunikacji wewnętrznej, chcąc budować dobre relacje z otoczeniem, warto pamiętać o poprawnie zorganizowanych wewnętrznych procesach komunikacyjnych. Środowisko wewnętrzne to marka firmy, a ludzie w niej pracujący to ambasadorzy tej marki. To właśnie ich postawy i sukcesy są potwierdzeniem wewnętrznej spójności oraz rzetelności i solidności firmy, co skutkuje ostatecznie efektywną komunikacją na zewnątrz.

Komunikacja zewnętrzna polega na kontaktach przekraczających granice grupy społecznej konkretnej firmy IT. Przeważnie jest to komunikacja z klientem lub kontrahentem (dostawcą usług), ale nie tylko. Jest to odmienny typ komunikacji, który – jak wcześniej zaznaczono – zbudowany jest w odmiennej konwencji kulturowej i wykorzystuje odmienny kod. Wyróżnia się przede wszystkim poszanowaniem odbiorcy komunikatu, czyli przywracana jest nieobecna w komunikacji wewnętrznej hierarchiczność oraz etykietalność. Przejawem tego są stosowane w kontaktach ustnych i pisemnych pełne nazwy stanowisk, zwroty adresatywne „Pan/Pani”, przykładanie dużej wagi do części finalnych i inicjalnych komunikatów, unikanie agresji i wulgaryzmów oraz czytelność przekazu. Zwiększany jest dystans między uczestnikami komunikacji, który neutralizowany jest dopiero po dłuższej współpracy.

Istotnym elementem komunikacji zewnętrznej jest przekaz budujący wizerunek firmy IT, np. prowadzenie mediów społecznościowych, portali, stron, różne rodzaje reklam. Ponieważ współczesne technologie w zakresie dotarcia do potencjalnego klienta pozwalają na spersonalizowane kontakty, pozwala to w specyficznych warunkach promocyjnych na zmniejszenie dystansu wobec potencjalnego klienta, można zwracać się do niego po imieniu lub wyświetlać mu spersonalizowaną treść (przykładem jest wykorzystanie czatbota, algorytmów Google Ads, Facebook Ads).

W komunikacji zewnętrznej korporacji IT podział na komunikację poziomą i pionową jest trudny, gdyż następuje sprzężenie tych relacji w ramach dwóch firm – klienta i firmy IT. Zawsze jednak należy pamiętać, że klient, właściciel firmy stoi hierarchicznie wyżej niż współpracujące z nim zespoły IT. Kontakt poziomy może zostać zainicjowany przez klienta, dotyczy relacji między nim a właścicielami lub osobami zarządzającymi firmą IT. Najtrudniej zbudować relacje poziome między adekwatnymi zespołami obu firm, które muszą współpracować, by osiągnąć wymagany efekt. Błędna komunikacja w tym zakresie może doprowadzić do klęski ekonomicznej. Gdy projekt dotyczy wdrożenia jakiegoś rozwiązania przez dostawcę usług u klienta, zazwyczaj do zespołu wchodzi osoby z obu organizacji i podstawowa komunikacja odbywa się na poziomie kierowników projektu po obu stronach. Jest to najefektywniejsze i najprostsze rozwiązanie

komunikacyjne, gdyż ogranicza kontakty na granicy grup. Komunikacja pionowa występuje w przypadku komunikatów formalnych pomiędzy kierownikiem projektu z jednej firmy a dyrektorem lub przedstawicielem komitetu sterującego z drugiej firmy (*komitet sterujący* – termin używany w kodzie wspólnotowym). W takiej sytuacji kierownik zespołu dostosowuje swój przekaz do kompetencji odbiorczych osoby usytuowanej w hierarchii wyżej. Mając jednak na uwadze specyfikę kodu wspólnot IT i zasadę dwustronności efektywnej komunikacji, członkowie badanej wspólnoty próbują modyfikować swoje przekazy tak, by były zrozumiałe dla zewnętrznego celowego odbiorcy.

3.3.2.1. Komunikacja oralna. Typy kontaktów i wykorzystywane formy przekazów

Rozmowa osobista/prywatna

W komunikacji zewnętrznej na poziomie szeregowego pracownika rozmowa osobista występuje rzadziej, ma ona częściej formę oficjalną, pojawia się w trakcie spotkań klientów z przedstawicielami handlowymi albo kadrami kierowniczą (prezes, zarząd, kierownik działu) przy omówianiu zakresu współpracy z inną firmą lub oferty czy zakresu kontraktu. Rozmowy te są wcześniej planowane, umawiane na konkretną datę, godzinę i mają wyznaczone miejsce. Są ograniczone w czasie, zazwyczaj do 1-2 godzin. Miejscem spotkania może być siedziba którejś z firm albo miejsce neutralne, np. restauracja, specjalnie wynajęte biuro. Celem jest nawiązanie nowej albo rozszerzenie istniejącej współpracy, zakresem tematycznym zaś omówienie warunków finansowych, korzyści dla każdej ze stron, terminów dostarczenia towaru czy usługi. Takie rozmowy mogą mieć charakter konfidenyjny, poufny, negocjacyjny.

Kolejną formą rozmowy „w cztery oczy” jest rozmowa rekrutacyjna między osobą przeprowadzającą rekrutację w imieniu firmy oraz potencjalnym nowym pracownikiem. Polega na ustaleniu i sprawdzeniu kwalifikacji, poznaniu osobowości kandydata. Może również zawierać informacje konfidenyjne w zakresie warunków współpracy i poziomu wynagrodzenia.

W komunikacji wykraczającej poza granice wewnątrzfirmowe, charakterystyczną cechą, między innymi, jest też zachowanie zwrotów adresatywnych na poziomie „Pan/Pani” z wymienieniem zajmowanego stanowiska: „Panie Prezesie, nasza propozycja

cenowa brzmi następująco [...]”, „panie Jakubie, przedstawię panu naszą ofertę” (przy dłuższej/kolejnej współpracy lub jako znak różnic hierarchicznych). Przeważnie wykorzystywane są pełne zdania. Styl języka zależy od współrozmówcy, jeżeli jest to osoba z tej samej branży, wypowiedzi mogą zawierać specjalistyczne wyrażenia, skrócone formy leksykalne, natomiast, jeżeli jest to osoba z innej branży, to terminologia specjalistyczna jest wykorzystywana w znacznie mniejszym stopniu, gdyż może utrudnić odbiór komunikatu i stać się barierą komunikacyjną (zob. bariery komunikacyjne – rozdz. 3.3.2.4). Nieformalna rozmowa może być prowadzona w przerwach pomiędzy spotkaniami, wtedy język staje się mniej oficjalny, w luźnej atmosferze nie razią krótkie, niepełne zdania, zwroty branżowe lub ograniczony przekaz, gdy niewerbalne znaki sygnalizują wzajemne zrozumienie: „Jak Państwo dostosowaliście się do nowych wymogów ustawowych?”, „[...] generalnie posiadamy wiele produktów z technologią beacon, mogę opowiedzieć więcej, jeżeli będzie zainteresowanie”.

Rozmowy rekrutacyjne zawsze mają charakter sformalizowany, mogą zawierać sygnały zmniejszania hierarchizacji, nigdy jednak nie korzysta się ze znaków fraternizacji. W ich trakcie formułuje się pełne zdania, często złożone, zawierające objaśnienie problemu. Stosowane są zwroty grzecznościowe: „panie Pawle, proszę określić swoje oczekiwania finansowe na danym stanowisku [...]” (zmniejszanie dystansu), „Jakie ma Pani doświadczenie w zakresie SMM i prowadzenia fan page’a [...]” (podkreślenie oficjalności), „Jakie Państwo proponują widełki wynagrodzenia?” (sygnał hierarchiczności).

Rozmowa w zespole

Jest to werbalny ustny bezpośredni typ kontaktu. W komunikacji zewnętrznej występuje w formie szkoleń, prezentacji, spotkań z klientami lub partnerami, w których uczestniczy grupa osób. Przeprowadzane są w wyznaczonym miejscu i czasie oraz uprzednio planowane. O zaplanowanym spotkaniu są powiadamiani wszyscy uczestnicy przeważnie w formie telefonicznej albo e-mailowej.

Podobnie jak w rozmowie prywatnej rozmowy grupowe w zespole charakteryzują się wyższym stopniem oficjalności. Cechują je większa normatywność składniowa, etykietalna i dbałość o czytelność przekazu, np.:

Witam wszystkich Państwa [...],

Na dzisiejszym spotkaniu zaprezentujemy Państwu naszą propozycję dedykowanego rozwiązania [...],

Przed podpisaniem umowy proponuję ustalić harmonogram realizacji usług [...].

Poziom wykorzystania języka specjalistycznego, środowiskowego uzależniony jest od kompetencji uczestników zewnętrznych, warunkowany jest ich znajomością kodu pracowników firm IT:

Czy posiadają już Państwo jakieś mockupy proponowanego rozwiązania?

Jaki jest feedback poprzednich klientów o danej usłudze?

Podchodzimy do instalacji czystego systemu produkcyjnego i testowego na zasobach chmurowych, w związku z tym, potrzebuję informacji, czy oprócz logowania zintegrowanego dodajemy również za pomocą protokołu zewnętrznego? Jeśli decydujemy się na logowanie "zewnętrzne", to z kim po Państwa stronie ustalać szczegóły konfiguracji?

Rozmowa telefoniczna

W ramach komunikacji zewnętrznej rozmowa telefoniczna występuje o wiele częściej niż w komunikacji wewnętrznej. Przeważnie jest częścią obowiązków służbowych na niektórych stanowiskach: administracja, dział handlowy, obsługa klienta. Celem jest przeprowadzenie komunikacji między interesantami, klientami, partnerami a firmą. Zakres tematyczny bardzo szeroki, na przykład dla pracownika działu handlowego jest to forma nawiązywania wstępnego kontaktu z potencjalnym klientem, przedstawienie mu oferty, uzgodnienie ceny albo nawet docelowa sprzedaż produktu. Dla pracownika obsługi klienta jest to przyjmowanie i obsługa zgłoszeń dotyczących problemów, komplikacji pojawiających się u klientów przy wykorzystaniu produktu lub usługi. W przypadku pracownika administracji jest to umawianie wizyt z kierownictwem firmy, przekierowanie osób do właściwego działu z podaniem kontaktu itd.

Cechami charakterystycznymi są zwroty grzecznościowe, w niektórych przypadkach rozmowy są spersonalizowane. Po odebraniu telefonu, po przywitaniu się, wymogiem etykietalnym jest przedstawienie się każdego z uczestników rozmowy:

Dzień dobry Panie Pawle, w czym mogę pomóc?

Jan Kowalski, firma ABC, jestem zainteresowany wdrożeniem pakietu XYZ.

Jan Nowak, dział marketingu ABC, w czym mogę pomóc?

Rozmowa telekonferencyjna

Jest to forma komunikacji werbalnej elektronicznej, pośredniej, głównymi mediami są oprogramowania (Skype, Zoom, Teams itp.) oraz urządzenia techniczne (laptop, kamera, mikrofon itd.) pozwalające na nawiązanie takiego typu kontaktu. Rozmowy telekonferencyjne pozwalają widzieć współmówcę za pomocą kamery w czasie rzeczywistym oraz umożliwiają – w razie potrzeby – zaprezentowanie ekranu laptopa. Celem jest szybsze, niewymagające wizyty osobistej, spotkanie z klientem czy partnerem w celu omówienia konkretnego, wcześniej ustalonego telefonicznie lub e-mailowo tematu. Takie spotkania zazwyczaj są uprzednio planowane w kalendarzu, jest przygotowana lista osób uczestniczących i lista planowanych zagadnień do omówienia, tzw. agenda spotkania. Strona inicjująca spotkanie zakłada je w odpowiednim programie oraz zaprasza wszystkich uczestników, wysyłając link do spotkania pocztą elektroniczną (mailem).

Rozmowa telekonferencyjna charakteryzuje się zróżnicowanymi zwrotami adresatywnymi, etykietalność warunkowana jest oczekiwaniami uczestnika zewnętrznego, formuła „Pan/Pani” wykorzystywana jest na początkowym etapie znajomości, po nawiązaniu bliższego kontaktu, następuje nieformalne uzgodnienie zasad i często przejście na „Pan/Pani” i imię, ostatecznie pojawiają się zwroty na „ty”, świadczące o bliskich – choć służbowych – relacjach. W mniejszym stopniu wykorzystywane są równoważniki zdań lub zdania niepełne, częściej są to zdania złożone, zawierające objaśnienie problemu. Badani respondenci zaznaczali, że jest to dyktowane przekonaniem, iż taki język świadczy o poziomie profesjonalizmu firmy i kształtuje jej pozytywny wizerunek. W formie telekonferencji mogą być przeprowadzane szkolenia, prezentacje albo po prostu szybkie omówienie jakiegoś problemu w celu jego rozwiązania, co nie wymaga spotkania osobistego: „witam Państwa serdecznie, za chwilę udostępnię ekran w celu zaprezentowania dzisiejszej agendy” (pierwsza faza kontaktów, utrzymany wysoki stopień oficjalności), „po zakończeniu naszego spotkania będę prosił o przygotowanie przez Was feedbacku” (zmniejszenie dystansu, nadal jednak forma etykietalna a nie autorytarna, czyli charakterystyczna dla kontaktów zewnętrznych). W takiej formie mogą być przeprowadzane także rozmowy rekrutacyjne albo niektóre z ich etapów, na przykład sprawdzające znajomość języka obcego.

3.3.2.2. Komunikacja pisemna. Typy kontaktów i wykorzystywane formy przekazów

List elektroniczny

Jak wspomniano powyżej, list elektroniczny potocznie nazywany jest e-mailem lub mailem. W komunikacji zewnętrznej jest wykorzystywany w kierunkach poziomym i pionowym, jest to najbardziej optymalny rodzaj komunikatów, który umożliwia odbiorcy przeczytanie i sformułowanie odpowiedzi w dowolnej chwili. E-mail pełni rolę jednej z podstawowych oficjalnych form kontaktu, należy do komunikacji werbalnej pisemnej elektronicznej. Celem jest przekazanie koniecznych informacji w formie pisemnej. Zakres tematyczny jest bardzo szeroki – od ustalenia warunków współpracy, przekazania oferty, rozwiązania problemów czy zgłoszeń – do bieżącego omówienia konkretnego tematu. W komunikację e-mailową mogą być zaangażowani dwaj odbiorcy albo więcej. Komunikaty e-mailowe mogą zawierać informacje poufne.

Jako element niewerbalnej komunikacji warto wskazać specyficzną kompozycję wypowiedzi, szczególnie obecność i styl stopki e-mailowej. Jest to ustalona część wiadomości e-mailowej, która niesie informację o nadawcy wiadomości z danymi kontaktowymi do niego. Często zawiera logo firmowe, kolorystykę firmową, co świadczy o poziomie profesjonalizmu firmy, kształtuje także jej wizerunek (Rys. 18).



Rys. 18. Przykład stopki mailowej. Źródło: opracowanie własne

Wypowiedzi te charakteryzuje dbałość o ich etykietalność, wykorzystywane są oficjalne zwroty grzecznościowe: „Dzień dobry, Panie Pawle”, „w odpowiedzi na zapytanie ofertowe, wysyłam Panu wycenę naszych usług w zakresie...”, „w załączeniu agenda jutrzejszego spotkania”. Zwroty adresatywne spersonalizowane występują wtedy, gdy wiemy, kto jest odbiorcą komunikatu, jeżeli odbiorca jest nieznany z imienia i nazwiska, wiadomość często ma charakter bezosobowy. Istotne są elementy inicjalne i finalne listu elektronicznego. Zgodnie z normą językową na początku wiadomości wymagane jest użycie „Dzień dobry...”, „Szanowny Panie Pawle...”, „Cześć...”, nieakceptowane są nieoficjalne zwroty, np. „Witaj”. Na końcu listu wskazane są sformułowania: „Z wyrazami szacunku, Jan Kowalski”, „Z poważaniem, Anna Nowak – key account manager”. W praktyce często są wykorzystywane formy krótkie, skracające dystans, ale nierekomendowane przez menedżerów firmy: „Witam Pana,...”, „Witam serdecznie,...”, a na końcu: „Pozdrawiam, Jan Nowak”, „Serdecznie pozdrawiam”, nieakceptowane są także: „Na razie” i „Nara”.

List tradycyjny

Drukowany list wysyłany pocztą tradycyjną w komunikacji zewnętrznej występuje okazjonalnie. Jest to komunikacja werbalna, pisemna. Cele są różne:

- pomiędzy korporacją a klientem: korespondencja w zakresie obsługi produktu, jeżeli taka jest przewidziana oraz gdy klient nie wyraził zgody na otrzymanie komunikatów w formie elektronicznej;
- pomiędzy kontrahentami, partnerami: wysyłanie referencji, podziękowania za sukcesywnie wykonywaną pracę;
- wysyłanie życzeń świątecznych;
- wysyłanie materiałów reklamowych, promocyjnych, marketingowych, jeżeli odbiorca wyraził wcześniej taką zgodę.

Ogólnie taki typ komunikatów charakteryzuje się stylem oficjalnym, wykorzystaniem pełnych zdań, zwrotów adresatywnych „Pan/Pani”, użyciem loga firmowego, kolorów, stylu i szablonu pisma firmowego. Czasem są to teksty spersonalizowane, jeżeli jest to komunikacja masowa, mają charakter bezosobowy. List tradycyjny może zawierać własnoręczny podpis prezesa lub dyrektora, co jest traktowane jako miły gest podnoszący wartość przekazu. Często wysyłanie takiego komunikatu jest potwierdzane w formie e-mailowej.

3.3.2.3. Komunikacja intersemiotyczna. Typy kontaktów i wykorzystywane formy przekazów

Reklama firmy

W danym typie komunikacji zewnętrznej potraktowano w ten sam sposób komunikaty werbalne i niewerbalne. Do komunikatów niewerbalnych należą: logo, kolorystyka, styl firmowy, makiety produkcji. Werbalne komunikaty mają charakter jednokierunkowy, pozwalają poinformować potencjalnych klientów o randze firmy i zakresie jej działalności. Przeważnie nie jest oczekiwany natychmiastowy komunikat zwrotny, ewentualnie o prawidłowym dotarciu komunikatu może świadczyć zakup produktu lub usługi. Celem jest zwiększenie rozpoznawalności firmy i marki, znalezienie potencjalnych klientów, zaprezentowanie firmy lub produktu na rynku, pozyskiwanie nowych kwalifikowanych pracowników. Reklama firmy może być prezentowana w mediach w tradycyjnych: radio, telewizja, prasa, może mieć charakter zewnętrzny, także wielkogabarytowy – banery, plakaty reklamowe, billboardy, może wykorzystywać brandowane materiały promocyjne: maskotki, breloki, pendrive'y.

Język i formy przekazu reklamowego firm IT nie różnią się od klasycznego przekazu reklamowego¹¹⁵, są to np. bardzo krótkie komunikaty z wezwaniem do działania, którym towarzyszy stylizacja graficzna, dominują zwroty bezpośrednie:

Zarejestruj się na naszej stronie, a otrzymasz miesiąc abonamentu za darmo.

Poznaj naszą ofertę.

Weź udział w ankiecie a otrzymasz rabat 10%.

[...] rozwiązanie dla Twojego biznesu”.

Media społecznościowe

Media społecznościowe są coraz częściej wykorzystywanym przekazem intersemiotycznym przez wszelkie firmy, także firmy IT, jako forma kontaktu zewnętrznego. Kontakt za pomocą mediów społecznościowych uogólniono w jednej grupie, natomiast może ona zawierać kilka typów kontaktów (wiadomość prywatna,

¹¹⁵ Przekaz reklamowy – co to jest? Elementy i cechy skutecznego przekazu reklamowego, <https://push-ad.com/blog/przekaz-reklamowy-co-to-jest-elementy-i-cechy-skutecznego-przekazu-reklamowego/#:~:text=Podstawowe%20elementy%20przekazu%20reklamowego%20to,podsumowane%20perswazyjnym%20i%20emocjonalnym%20has%C5%82em>. [dostęp: 01.07.2023].

komentarz na stronie publicznej, wiadomość w grupie tematycznej, komunikaty generowane automatem tzw. chatbot itp.):

- komentarz na stronie firmowej albo prywatnej w sieci Facebook, Instagram, LinkedIn lub innej. Występuje pod postami publicznymi, może zawierać opinie o produkcie czy o współpracy z firmą; może mieć charakter pozytywny i negatywny. Charakterystyczne jest oznaczenie tematu lub firmy za pomocą znaków specyficznych, które tworzą aktywne odsyłacze: @nazwa_firmy, #start_up. Jest to jedna z form otrzymania feedbacku, czyli informacji zwrotnej od klientów;
- wysłanie wiadomości prywatnej na stronie firmowej w komunikatorze Messenger. Taka forma komunikatu może być wysyłana poprzez kanał obsługi klienta:

Witam, moja wykupiona usługa hostingu bardzo zwolniła, w czym może być problem? – Cześć, proszę o podanie nazwy użytkownika, sprawdzę stan usługi.

Cześć, czy jeszcze jest możliwość zarejestrowania się na darmowe szkolenie? – Tak, proszę wypełnić formularz na stronie.

- chatbot (czatbot) – nowa forma nawiązywania kontaktu z klientem, polegająca na zautomatyzowanych predefiniowanych wiadomościach, które są wysyłane w zależności od zachowania odbiorcy; jest wykorzystywana w przypadkach wstępnej obsługi zgłoszeń lub dokonania zakupu; może też być stosowana jako forma dotarcia do potencjalnego klienta, nawiązania pierwszego kontaktu, pokierowania użytkownika według predefiniowanego szablonu, który pozwala zidentyfikować temat i zakres oraz przekierować do odpowiedzialnej osoby:

Cześć @Piotr! 😊 Jestem Twoim Asystentem wirtualnym! Jeśli chcesz poznać naszą ofertę, kliknij w przycisk 'Oferta', jeśli masz pytanie, wpisz w polu poniżej, a nasz doradca wkrótce się z Tobą skontaktuje.

- grupy tematyczne, w których są omawiane różne tematy:

Ktoś poleci skuteczną agencję marketingową? – polecam @MAgency, są najlepsi i bardzo kreatywni ever.

Kto zna jakiś #startup z Poznania? – znam @NotiOne, mają bardzo pomysłowe rozwiązanie.

Tę formę komunikacji cechują: krótkie zdania, spersonalizowane wiadomości, nieformalne zwroty adresatywne, ze strony klienta mogą być używane wulgaryzmy, ze strony firmy wulgaryzmy są niedopuszczalne. Język może zawierać słownictwo slangowe lub specjalistyczne, warunkowane jest to stopniem formalności przekazu oraz kompetencją potencjalnego odbiorcy. Niechciane wiadomości mogą być usuwane, blokowane, cenzurowane. Użytkownicy, którzy naruszają zasady albo wypowiadają się w sposób niezgodny z przyjętą w danym profilu etykietą, mogą być banowani, czyli blokowani.

Strona internetowa

We współczesnym świecie obowiązuje powiedzenie: „jeśli czegoś nie ma w Internecie, to nie istnieje”. Każde przedsiębiorstwo, zwłaszcza to, które działa w zakresie IT, za normę uważa posiadanie własnej strony internetowej. Strony internetowe mogą być zarówno bardzo proste, jak i rozbudowane. Najprostsze w formie wizytówki publikują zakres swojej działalności oraz dane kontaktowe. Bardziej skomplikowane portale internetowe wykorzystują różne możliwości danego medium: w zakresie dotarcia do klienta z informacją ofertową, możliwością zamówienia towarów i usług, jako kanał kontaktowy itd.

Komunikacja pomiędzy klientem albo potencjalnym klientem a firmą za pomocą strony internetowej jest możliwa poprzez:

- wysłanie formularza kontaktowego, z którego wiadomość trafia później do skrzynki e-mailowej;
- pisanie na specjalnym czacie;
- wykorzystanie specjalnego narzędzia „prośba o telefon / oddzwon w 30 sekund”, które automatycznie nawiązuje połączenie między klientem a działem obsługi (helpdesk).

Normą komunikacji między klientem a firmą poprzez stronę internetową, bardzo przestrzeganą w tej formie kontaktu bezpośredniego, jest podanie imienia, adresu e-mail lub numeru telefonu, co znacznie ułatwia formę kontaktu, personalizuje relacje, umożliwia także zmniejszenie dystansu.

Strony internetowe w firmach IT nie różnią się od stron internetowych już opisanych w literaturze przedmiotu pod względem językowym. Jak wspomina w swoich

badaniach Małgorzata Kita¹¹⁶, przy komunikowaniu się za pomocą Internetu, komunikaty są bardzo zróżnicowane typologicznie. Strony internetowe nie są wyjątkiem i dla nich jest charakterystyczna inna odmiana języka niż dla innych przekazów (komentarze użytkowników, listy elektroniczne). Można mówić o jego hybrydalności, język łączy bowiem dotychczasowe właściwości języka pisanego i mówionego, charakterystyczna jest obecność hipertekstu, netykieta, wykorzystywanie kodów, zwłaszcza koncentracja na emotikonach i ekonomizacja języka.

3.3.2.4. Bariery komunikacyjne

Badanie komunikacji zewnętrznej, szczególnie w formie obserwacji uczestniczącej, pozwoliło dostrzec kilka barier utrudniających zbudowanie właściwych relacji, zakłócających proces informowania, a nawet uniemożliwiających nawiązanie efektywnego kontaktu. Potwierdzili te spostrzeżenia respondenci. Ponieważ komunikacja zewnętrzna to głównie przepływ informacji między korporacją a osobami spoza organizacji (mogą to być klienci, partnerzy, itd.), odbiorcą i nadawcą komunikatu może być każda ze stron. W zależności od tego, która ze stron jest nadawcą komunikatu, mogą być generowane odmienne bariery. Poniżej zaprezentowano te najczęściej spotykane, odnotowane w trakcie badań.

Nieumiejętność nawiązywania kontaktu, brak otwartości/zaangażowania uczestnika

W komunikacji korporacyjnej bardzo ważną cechą uczestnika tej komunikacji jest jego umiejętność nawiązywania kontaktu, co w przypadku członków wspólnoty IT, ze względu na typ ich pracy, nie jest łatwe. Wiele osób pracujących w firmie IT ma opory wewnętrzne przed otwarciem się, odczuwa lęk w kontaktach z klientem. Pracownik może świetnie wykonywać swoje obowiązki, natomiast w sytuacji potrzeby kontaktu zewnętrznego może przejawiać niechęć, przenosić odpowiedzialność za ten typ pracy na inne osoby. Przykładem jest sytuacja, gdy kierownik projektu w rozmowie z klientem

¹¹⁶ M. Kita, *Językoznawcy wobec badań języka w Internecie*, „Artes Humanae” 2016, nr 1, s. 113-114.

ustala warunki infrastruktury technicznej i zaprasza do udziału w spotkaniu osobę z działu technicznego, a ta – zasłaniając się dużą liczbą zadań – odmawia: „sory, nie dam rady wpaść na spotkanie, bo mam inne zadania”, „skorzystaj z dokumentacji technicznej, tam wszystko jest”, „nie mam czasu”, „nie dziś”. Taki pracownik nie realizuje wszystkich zadań, utrudnia kontakty zewnętrzne, co w konsekwencji uniemożliwia jej rozwój, prowadzi do sabotażu firmy i utraty klientów. Rozwiązaniem są szkolenia z zakresu komunikacji interpersonalnej pracowników, pomagają spotkania integracyjne. Można też już na poziomie rekrutacji eliminować takich pracowników lub założyć dla nich ograniczony zakres pracy, pozbawiony bezpośrednich kontaktów z klientem.

Brak znajomości języka obcego

Jest to jedna z największych barier, która może pojawić się po obydwu stronach. Organizacje działające w przestrzeni IT przeważnie sytuują swą ofertę na rynku międzynarodowym, często są to też zespoły międzynarodowe. Językiem podstawowym w takich zespołach oraz w kontaktach z klientami międzynarodowymi jest język angielski. Istnieje kilka problemów, wynikających z niewystarczającej znajomości tego języka. Jeżeli osoba nawiązująca kontakt nie ma właściwych kompetencji językowych, szczególnie specjalistycznych, zastępuje leksykę profesjonalną synonimami i utrudnia w ten sposób kontakt z klientem, który zna kod wspólnotowy pracowników IT, a nie zawsze poprawnie identyfikuje synonimy. Ta forma wypowiedzi ma sens, gdy klient nie zna specjalistycznych wyrażen i rozmówca upraszcza przekaz, sięgając po leksykę ogólną. Znacznie trudniejsza jest sytuacja, gdy osoba reprezentująca klienta jest z innego kraju i nie posługuje się językiem angielskim. Przykładowo: polska firma sprzedaje usługi na rynek europejski, w komunikacji międzynarodowej używa języka angielskiego, natomiast osoba reprezentująca klienta z Niemiec lub Francji nie włada językiem angielskim, może to skutkować zerwaniem kontaktów. Rozwiązaniem jest posiadanie pracowników znających biegle różne języki, przynajmniej konferencyjne, wtedy nie grozi firmie utrata klienta. Niestety, tłumaczenia automatyczne nie zdają egzaminu w komunikacji profesjonalnej, mogą doprowadzić do wadliwej interpretacji komunikatu i utraty nie tylko klienta, ale i dobrego wizerunku firmy.

Specyficzne słownictwo i styl języka

Słownictwo profesjonalne w komunikacji zewnętrznej może stanowić istotną barierą, utrudniać interpretacje komunikatu: „formularz zawiera listę indeksów do

wypełnienia...” – w języku specjalistycznym programistycznym *indeksem* może być nazywane pole do wprowadzenia na formularzu w jakimś programie informatycznym. Dla osoby z zewnątrz, w zależności od jej specjalizacji, dane określenie może być mylnie skojarzone np. z listą czegoś lub ceną akcji na giełdzie. Jest to rodzaj blokady językowej, która powstaje, gdy do rozmowy są wtrącane wypowiedzi w językach obcych, stosowane umowne kody, szyfry, znane tylko wybranym osobom w danej grupie; komunikacja staje się wówczas nieefektywna.

Wulgaryzmy i leksyka obraźliwa

Agresja werbalna jest jedną z barier językowych, która najczęściej pojawia się, gdy nadawcą komunikatu jest klient, na przykład w komunikacji telefonicznej w trakcie zgłaszania problemów albo wyrażenia negatywnej opinii o zakupionym produkcie. Stanowi to barierę komunikacyjną, gdyż stwarza negatywną atmosferę, w której nie zawsze dochodzi do znalezienia skutecznego i pozytywnego rozwiązania: „kurwa mać, proszę zwrócić pieniądze, rezygnuję z państwa usług! Do widzenia!”, „niech pan jak najszybciej zajmie się tematem, ja pierdole [...]”. Jak wyżej wspomiano, niedopuszczalne jest użycie leksyki obraźliwej, tym bardziej wulgaryzmów, ze strony odbiorcy komunikatu, czyli pracownika firmy IT, dopuszcza się natomiast przerwanie takiej rozmowy, szczególnie, gdy widać, że klientowi nie zależy na rozwiązaniu problemu, lecz na rozładowaniu negatywnych emocji: „nie życzę sobie, żeby pan mnie obrażał. Do widzenia!”, „jeżeli pani nie przestanie przeklinać, będę zmuszony zakończyć rozmowę”, „słyszę, jak bardzo pan jest wzburzony, natomiast proszę zachować spokój i szacunek”.

Opóźnianie odpowiedzi albo jej brak

Brak odpowiedzi na wysyłąną wcześniej prośbę o kontakt, brak reakcji na wcześniejsze komunikaty lub brak reakcji zwrotnej w ustalonym terminie, szczególnie, gdy się to powtarza, kończy się zerwaniem kontaktu, naraża firmę na utratę dobrego wizerunku oraz klienta. Takie zachowanie także po stronie klienta zakłóca komunikację, utrudnia szybką i efektywną realizację zlecenia. Długi czas reakcji na komunikat albo w ogóle ignorowanie komunikatów może świadczyć o niepoważnym traktowaniu odbiorcy, niskiej kulturze komunikacyjnej, w znacznym stopniu utrudnia prawidłowy przebieg współpracy.

Od tygodnia nie mogę z państwem się skontaktować, proszę o niezwłoczne udzielenie odpowiedzi.

Nie odpowiadacie państwo na moje wiadomości mailowe, w czym jest problem?

Nie mogę do pana się dodzwonić, na jakim etapie jest teraz projekt? Proszę o telefon.

Rozwiązaniem po stronie firmy IT jest wdrożenie właściwych procedur i konsekwentna weryfikacja ich realizacji. W kontaktach z trudnym klientem, natomiast, powinny pomóc dodatkowe szkolenia i wsparcie osób zajmujących wyższe stanowisko w firmie, gdyż informacje przekazane przez osobę z wyższego stanowiska, jest bardziej wiarygodna, klient ją bardziej szanuje.

3.4. Zasoby leksykalne kodu korporacji IT

3.4.1. Kategoryzacja semantyczno-formalna leksyki profesjonalnej i specjalistycznej

Zebrane słownictwo opisuje zakres działań, kontaktów wewnątrzspółnotowych, odzwierciedla zainteresowania profesjonalne badanej grupy społecznej. Analiza semantyczna zebranego słownictwa przysporzyła wiele trudności. Granice kategoryjne są płynne, często znaczenie profesjonalne jest odmienne niż ogólne, notowane w słownikach języka angielskiego lub polskiego. Te same wyrazy pojawiały się w różnych kontekstach i ich interpretacja tekstologiczna niejednokrotnie miała charakter intuicyjny, później weryfikowany w trakcie wywiadów lub w kontaktach z uczestnikami portali społecznościowych. Punktem wyjścia były jednak zawsze użycia odnotowane w zebranych tekstach i ankietach, to one oraz znajomość procesów komunikacyjnych, rodzajów relacji i zadań pracowników korporacji IT pozwoliły ostatecznie wskazać podstawowe kategorie semantyczne. Najtrudniejsze było jednak zdecydowanie, do której kategorii zakwalifikować dany leksem. Wiele określeń funkcjonuje na pograniczu różnych kategorii, co czasem powoduje zatarcie granic podziału. Wątpliwości rozstrzygano na podstawie dotychczasowej literatury przedmiotu, między innymi wyników badań Barbary Batko-Tokarz w zakresie kategoryzacji słownictwa¹¹⁷.

¹¹⁷ B. Batko-Tokarz, *Tematyczny podział słownictwa w „Wielkim słowniku języka polskiego”*, [w:] *Nowe studia leksykograficzne 2*, red. P. Żmigrodzki, R. Przybylska, Kraków 2008, s. 31-48; B. Batko-Tokarz,

Ostatecznie, w pracy opisującej specyficzny kod wspólnotowy konieczne okazało się zastosowanie kategoryzacji adekwatnej do zebranego materiału, w konsekwencji odwzorowano kategorie zbiorcze dla słownictwa zapożyczonego, najbardziej pasujące do strefy zastosowania danego leksemu oraz jego znaczenia. Odczytywanie znaczeń używanych leksemów odbywało się intuicyjnie/konwencjonalnie, a interpretacja miała charakter kontekstowy.

Równie trudna była analiza formalna zebranego słownictwa, gdyż niektóre jednostki leksykalne mogą w języku angielskim reprezentować odmienne niż w języku polskim części mowy, np.: *online* (przysłówek w języku angielskim, przysłówek lub rzeczownik w języku polskim), *recover* lub *deploy* (czasowniki w języku angielskim, rzeczowniki w języku polskim), *digital* (przymiotniki w języku angielskim, rzeczowniki w języku polskim), *emergency* (rzeczownik w języku angielskim, przymiotnik w języku polskim).

Ostatecznie zdecydowano, zgodnie z tezą, że punktem wyjścia są użycia w zebranych i analizowanych tekstach i brane będzie pod uwagę użycie odnotowane w kodzie wspólnotowym pracowników IT, czyli w języku polskim. Części mowy identyfikowano głównie na podstawie kontekstu użycia w polskim tekście. Dodatkową trudnością w opisie formalnym była nienormatywność wielu przekazów wspólnotowych, częściowe spolszczenie zapożyczeń, które skutkowało brakiem pełnego wzorca gramatycznego danego leksemu.

Jak dowodzi analiza polskich tekstów, angielskie połączenia wyrazowe zostały przyjęte bez zmian formalnych i bez jakiegokolwiek adaptacji, zachowując swoją wartość gramatyczną, np. *back office* – przymiotnik + rzeczownik, *middle office* – przymiotnik + rzeczownik, *front office* – przymiotnik + rzeczownik, *case study* – rzeczownik + rzeczownik.

Ostatecznie, w ramach poniższego podziału uwzględniono następujące kategorie semantyczne:

- nazwy sprzętu oraz materialnych rozwiązań technicznych – dana kategoria obejmuje słownictwo związane ze sprzętem i materialnymi rozwiązaniami technicznymi, czyli obecnymi w świecie rzeczywistym, nie wirtualnym;

Kwalifikacja tematyczna w WSJP PAN, [w:] *Wielki słownik języka polskiego PAN. Geneza, koncepcja, zasady opracowania*, red. P. Żmigrodzki, Kraków 2018, s. 79-92; B. Batko-Tokarz, *Tematyczny podział słownictwa współczesnego języka polskiego (teoria, praktyka, leksykografia)*, Kraków 2019.

- nazwy narzędzi informatyczno-multimedialnych – ta kategoria obejmuje słownictwo identyfikujące wirtualne narzędzia pracy; są to programy, rozwiązania informatyczne, które wspomagają efektywną twórczą realizację zadań, służą realizacji projektów lub ich części, leksyka ta nie opisuje rozwiązań informatycznych wspomagających logistyczno-organizacyjne relacje wewnątrzspółnotowe, lecz rozwiązania wirtualne, wspomagające kreatywne działania;
- nazwy rozwiązań organizacyjnych i logistycznych wspomagających pracę w korporacji IT – do tej kategorii zaliczono leksemy związane z organizacją strukturalną firmy, zawodowymi wirtualnymi i realnymi kontaktami wewnątrzspółnotowymi, logistyką działań w realu i przestrzeni wirtualnej; jest to najczęściej słownictwo, które opisuje zasady komunikacji w firmie IT, także takie, które wspomaga jej bieżące działania administracyjne;
- czynności, działania, procesy oraz ich nazwy – w tej kategorii zgromadzono słownictwo opisujące działania i czynności pracowników korporacji IT, specyficzne nazwy procesów, które są związane z branżą IT; z wyłączeniem słownictwa opisującego rozwiązania organizacyjne i logistycznie wspomagające pracę w korporacji IT, gdyż te stanowią specyficzną grupę leksyki, charakteryzującą zawodowe relacje interpersonalne, zaś słownictwo zebrane w kategorii „czynności, działania i procesy oraz ich nazwy” wskazuje na zakres zadań zawodowych pracowników korporacji IT;
- określenia uczestników komunikacji oraz pełnionych przez nich funkcji i stanowisk – ta kategoria obejmuje leksemy identyfikujące członków badanej wspólnoty, uczestników analizowanych procesów komunikacyjnych, czyli także tych zewnętrznych oraz tych pośrednio w niej uczestniczących, pojawiających się jednak w badanych tekstach;
- nazwy miejsc oraz przestrzeni rzeczywistych i wirtualnych – do tej grupy zakwalifikowano słownictwo opisujące miejsca w świecie rzeczywistym i wirtualnym;
- nazwy działów strukturalnych firm IT – do tej kategorii zaliczono leksykę opisującą złożoność strukturalną firm IT, wyodrębniono to słownictwo jako odrębną grupę, gdyż opisuje ono specyfikę korporacji IT, odzwierciedla podziały organizacyjne, istotne dla relacji i komunikacji wewnątrzspółnotowej; uwzględnia nazewnictwo działów korporacji, nazwy

osobnych typów spółek, wchodzących w skład korporacji, np. *startup*, *agencja*, *software house*;

- określenia charakteryzujące i nacechowane – ta kategoria obejmuje leksykę charakteryzującą: działania, pracowników i efekty ich pracy; są to najczęściej leksemy opisujące przynależność do danej grupy, wskazujące pochodzenie, przywołujące cechy charakterystyczne, określające współzależność z pewnymi rozwiązaniami informatycznymi, np. *skajpowy*, *webowy*, *gamingowy*, *online'owy*; w tej grupie umieszczono także słownictwo nacechowane, wartościujące, identyfikujące stosunek uczestników komunikacji do danego przekazu, zjawiska, np. *fake*, *busy*, *trendy*.
- leksyka powiązana z pandemią COVID-19 – w danej kategorii znalazło się słownictwo, które pojawiło się w czasie trwania pandemii koronawirusa COVID-19, ilustruje ono zmiany, które zaszły w organizacji pracy, wiele tych określeń dotyczy pracy zdalnej, która obecnie staje się normą;
- wulgaryzmy – przekleństwa oraz wulgaryzmy, które są używane w ramach komunikacji wspólnotowej i pojawiły się w zebranych tekstach; są one specyficznym potwierdzeniem nienormatywności komunikacji wewnątrzspółnotowej pracowników IT;
- inne – wyrazy, które nie znalazły się w żadnej z powyższych kategorii.

Jak zaznaczono powyżej, niektóre z kategorii łączą się i zacierają, ponieważ tekstologiczna interpretacja znaczenia niektórych leksemów jest dwuznaczna, np. *software house*, *sieć*, *agencja*, funkcjonalność danego desygnatu jest bardzo szeroka i trudno wskazać, czy służy on organizacji pracy, czy wspomaga kreatywność pracowników jako narzędzie informatyczne, np. *inbox*, *mail*, *landing page*, *sklep internetowy*. Te leksemy mogłyby znaleźć się w kilku działach lub należeć do kategorii pogranicznej. Ostatecznie w procesie kategoryzacji decydowała funkcjonalność zweryfikowana w trakcie ankiet, wywiadów oraz dominująca interpretacja tekstologiczna. Wątpliwości wzbudziły między innymi takie słowa jak: *dokumentacja* – znaczenie pograniczne, ponieważ może dotyczyć zarówno materialnej, jak i wirtualnej części organizacyjno-logistycznej, zostało przydzielone do rozwiązań organizacyjnych i logistycznych wspomagających pracę w korporacji IT; *test* i *produkcja* – obydwa pojęcia mają znaczenie pograniczne, które przede wszystkim oznacza środowisko w przestrzeni wirtualnej, zostały przydzielone do nazw miejsc oraz przestrzeni rzeczywistych i wirtualnych, ale możliwe jest także przydzielenie do kategorii czynności, działań i procesów; *sieć komputerowa*, która z jednej strony jest

materialna, a z innej strony jest narzędziem informatycznym, została przydzielona do kategorii materialnych rozwiązań technicznych, ale mogłaby być przydzielona do kategorii narzędzi informatyczno-multimedialnych lub rozwiązań organizacyjnych i logistycznych wspomagających pracę.

3.4.1.1. Nazwy sprzętu oraz materialnych rozwiązań technicznych

- rzeczownik:

badź, baner, board, device, display, flipchart, gadżet, komp, komputer, lapek, laptop, lunchbox, pendrive, screen, serwer, sieć [komputerowa], smartfon;

- rzeczownik + rzeczownik:

brand book;

- rzeczownik + przymiotnik:

płyta główna, stacja robocza;

- skrótowiec:

GPS, LAN, RADAR, WLAN, WWW;

3.4.1.2. Nazwy narzędzi informatyczno-multimedialnych

- rzeczownik:

AdBlock, Adwords, Analytics, Android, apka, aplikacja, App Store, backstage, backend, backup, blog, board, bot, bug, button, chat, ChatGPT, chatbot, czat, czatbot, dashboard, demo, demówka, e-mail, emulator, excel, Facebook, fejs, file, folder, framework, frontend, gif, Google, grafika, hashtag, header, inbox, interface, interfejs, Internet, insta, installka, Instagram, iOS, Jira, kontent, mail, messenger, net, newsletter, notyfikacja, okejka, opcja, oprogramowanie, pdf, playlista, pop-up, post, program, proxy, record, release, render, Salesforce, scraper, screenshot, setup, shortcut, site, slider, smart, Skype, Slack, soft, software, Teams, tool, Trello, Twitter, view, video, vlog, web, wideo, widżet, xls, Word, YouTube;

- rzeczownik + rzeczownik:

adres e-mail, digital media, social media;

- rzeczownik + przymiotnik:

adres mailowy, aplikacja mobilna, aplikacja webowa, gra online'owa, media społecznościowe, wersja testowa;

- skrótowiec:

AWS, CMS, CRM, DMS, ERP, FAQ, fb, IG, URL, YT;

3.4.1.3. Nazwy rozwiązań organizacyjnych i logistycznych wspomagających pracę w korporacji IT

- rzeczownik:

abonament, agenda, accelerator, alias, backlog, bajt, bitcoin [upowszechnia się w języku ogólnym, pochodzi z języka technicznego], browser, benefit, big data, biznes, blacklista, brand, brief, case, cash, checklista//check-lista, claim, commitment, cache, ciasteczka, config, content, cookies, data, deadline, design, dokumentacja, esajment, e-sklep, error, feature, ficzer, font, footer, footprint, fanpage, fintech, fundusz, generacja, goal, graf, grupa, hasło, hiperłącze, hyperlink, info, issue, joke, kejs, kick-off, know-how, kod, konfiguracja, konto, konwersja, koment, komentarz, korpomowa, korpozwyczaj, kryptowaluta, kupon, label, lag, layout, level, lifestyle, link, log, login, lunch, lead, lid, logo, logotyp, medium, milestone, mindset, mockup, media, menu, news, newsletter, netykieta, non-profit, off-topic, on-premises, order, overview, profit, protip, public, priorytet, priv, project, queue, roaming, reklama, referral, requirement, scope, start, skan, slajd, slide, specka, specyfikacja, spreadsheet, startup, stcker, stopka, teaser, templatka, ticket, timeline, tutorial, task, target, tag, tagline, technologia, trend, terminal, update, urgent, whiteboard;

- rzeczownik + rzeczownik:

adres IP, case study, cover photo, crunch time, decision power, fake news, full experience, job security, landing page, lista subskrybentów, over time, price list, rada starszych, smart

casual, social media, strona WWW, to do list, user experience, win-win, work-life balance;

- rzeczownik + przymiotnik:

business casual, casual Friday, domena internetowa, kod promocyjny, kod rabatowy, łącze internetowe, lista mailingowa, media społecznościowe, model biznesowy, program afiliacyjny, quick call, strona internetowa, strona landingowa, swobodny piątek, wąskie gardło;

- skrótowiec:

CAPTCHA, CPL, CPS, CR, CSR, CTA, CTR, CV, CX, ddl, DoD, DW, EOD, FYI, IMHO, IP, IT, jj, jw, KPI, LAN, LOL, MVP, NDA, nwm, nmzc, OMG, PFA, pls, pm, POI, RFP, RFQ, RFX, RLY, RODO, ROFL, ROI, RWD, SaaS, SMS, SRSLY, stg, TBC, TBH, Thx, tzn., UI, UoP, UPD, VPN, VR, wg, Wi-Fi, ws., ww., xD, xoxo, YOLO, Zw;

3.4.1.4. Czynności, działania, procesy oraz ich nazwy

- rzeczownik:

afiliacja, Agile, akcept, aktualizacja, alert, analityka, approval, assignment, audyt, audit, automatyzacja, autorefresh, autoresponder, ban, blogowanie, brainstorm, branding, call, cash-flow, chillout, coaching, controlling, crawling, crowdfunding, customizacja, czelendź, confirm, challenge, daily, deal, debugowanie, decline, deploy, designer, downgrade, draft, e-commerce, edit, edycja, marketing, event, fail, fakap, feedback, fix, flow, fokus, follow-up, game-changer, giveaway, hejt, help, helpunek, hold, hotfix, impact, implementacja, instalacja, integracja, interview, inwestycja, Kanban, kastomizacja, klik, kliknięcie, konsulting, lajk, like, live, logowanie, mailing, mailoza, meeting, e-meeting, meetup, miting, mentoring, merge, monetyzacja, monitoring, networking, onboarding, optymalizacja, outsource, outsourcing, personalizacja, phishing, preview, Prince2, programowanie, quiz, recover, request, research, reset, restart, review, rollout, sales, save, scrum, sejuw, send out, share, skajpować, small talk, spin-off, sponsoring, spam, sprint, standby, stream, subskrypcja, support, synchronizacja, teamwork, telko, trolling, tuning, unsubscribe, upload, update, usability, walidacja, wdrożenie, webinar, weryfikacja, wideokonferencja, workflow;

- rzeczownik + rzeczownik:

beta testowanie, coffee break, community support, design thinking, e-mail marketing, indeksowanie strony, klepanie kapci, lean management, lunch break, redesign strony, stress management, team building;

- rzeczownik + przymiotnik:

marketing bezpośredni, kampania reklamowa;

- czasownik:

aktualizować, aplikować, ataczować, backupować, banować/zbanować, briefować, bukować, cashować, challengować, chillować, coachować, czelendźować, fokusować się, followować, dilować, edytować, eskalować, estymować, forwardować, googlować, hejtować, instalować, inwestygować, kliknąć, kodować, konfigurować, linkować, looknąć, mapować, merdźować, misnąć, mulić/zamulać, oprogramować, podlinkować, projektować, renderować, requestować, resetować, scancelować, sejmować, skanować, startować, subskrybować, supportować, szerować, tagować, tapnąć, targetować, testować, trackować, trollować, update'ować, walidować, wdrażać, wdrożyć się, weryfikować, wyautować, wyeksportować, bookować, zaimportować, zainstalować, zipować;

- czasownik + rzeczownik:

mieć call'a, odpalić taska, spreparować brief;

- skrótowiec:

ASAP, PR, QA, SEM, SEO, SMM, UAT, UX;

3.4.1.5. Określenia uczestników komunikacji oraz pełnionych przez nich funkcji i stanowisk

- rzeczownik:

admin, administrator, afiliant, account, accountant, backendowiec, blogger, blogerka, bro, coach, co-founder, copywriter, developer, dealer, diler, ekancica, ekant, executive, fan, follower, founder, freelancer, freak, frontendowiec, full-stack, gamer, geek, grafik, haerowiec, headhunter, haker, hejter, influencer, influencerka, iOS team, it-girl, junior,

klient, koder, korpoludek, korposzczur, marketingowiec, manager, menedżer, nerd, owner, piarowiec, piem, producent, programista, programmer, sejlsmen, senior, senior account, stakeholder, sub, spec, subskrybent, tandem, targetolog, team, troll, user, użytkownik, vloger, vlogerka, youtuber;

- rzeczownik + rzeczownik:

accountant asystent, accountant assistant, account manager, architekt systemu, beta tester, community support, digital influencerka, dostawca netu, forward manager, kierownik zespołu, kierownik projektu, menedżer projektu, pan/pani kanapka, product owner, project manager, scrum master, senior accountant, supply planner, team leader, executive assistant, zespół eventów, wsparcie IT, zespół HR, junior account, junior accountant, key account, full-stack developer;

- rzeczownik + przymiotnik:

zespół deweloperski, zespół scrumowy;

- skrótowiec:

CEO, CFO, COO, FTE, JBM, KAM, PM, PO, QA, VA;

3.4.1.6. Nazwy miejsc oraz przestrzeni rzeczywistych i wirtualnych

- rzeczownik:

agencja, coworking, chmura, cloud, e-sklep, forum, korpo, korporacja, lokalizacja, Mordor, platforma, hotdesk, środowisko, staging, test [środowisko testowe], prod, pre-prod, produkcja [środowisko produkcyjne];

- rzeczownik + rzeczownik:

fan room, front office, home office, leisure room, middle office, chillout room, sklep online, software house;

- rzeczownik + przymiotnik:

back office, firma produktowa, sklep internetowy, open space;

- skrótowiec:

RDP;

3.4.1.7. Nazwy działów strukturalnych firm IT

- rzeczownik:

agencja, big data, haer, helpdesk, korporacja, startup, team;

- rzeczownik + rzeczownik:

agencja PR, dream team, dział IT, PR agencja, software house;

- rzeczownik + przymiotnik:

agencja digitalowa, agencja interaktywna, agencja marketingowa, agencja piarowa, agencja reklamowa;

- skrótowiec:

BOK, DH, HO, HR, NGO, PR, QA, R&D, U&S, WFH;

3.4.1.8. Określenia charakteryzujące i nacechowane

- rzeczownik:

ad hoc, busy, digital, emergency, emoji, emotikon, emotka, fake, fejk, handwrite, no stress, transparentność;

- rzeczownik + rzeczownik:

troll-face;

- przymiotnik:

wektorowy, digitalowy, gamingowy, online'owy, randomowy, rastrowy, ready, responsywny, skajpowy, smart, streamingowy, swag, swaggowy, trendy, UXowy, webowy;

- przymiotnik + rzeczownik:

open source;

- przymiotnik + przymiotnik:

open sourcowy, open source'owy;

- przysłówek:

defaultowo, ever, offline, online;

- czasownik + przysłówek:

jest good, jest kul;

- wykrzyknienie:

bla bla bla;

- skrótowiec:

SMART;

3.4.1.9. Leksyka powiązana z pandemią COVID-19

- rzeczownik:

Clubhouse, e-meeting, hotdesk, lockdown, remote, Skype, Teams, Zoom;

- rzeczownik + rzeczownik:

Googe Meets, home office;

- rzeczownik + przymiotnik:

praca zdalna, pulpit zdalny;

- skrótowiec:

RDP, HO, VPN;

3.4.1.10. Wulgaryzmy

Wulgaryzmy angielskie – w języku polskim są to słowa, które często przekazują tylko stan emocjonalny i są odbierane nie jako wulgaryzm, tylko zwykłe przekleństwo. W jednym z wywiadów Jan Miodek, mówiąc o używaniu przekleństw anglojęzycznych w polszczyźnie, wskazał, że stylistycznie się one neutralizują. Użycie obcych słów nie jest tak wulgarne jak w językach, z których pochodzą i jest to pewnym osłabieniem¹¹⁸.

- rzeczownik:

bullshit, dammit, dude, fuck, fuck up, fakap, shit;

- skrótowiec:

WTF;

- skrót:

fck;

3.4.1.11. Inne

- rzeczownik:

branzunia, gap, gap year, resource, root, route, sorry, weekend, wow, wpis, x, xmas;

- rzeczownik + rzeczownik:

happy end, home page, interfejs użytkownika, open source, wersja beta, współczynnik konwersji, wyniki google;

- rzeczownik + przymiotnik:

good point, gra online 'owa, quality content, true story;

- wyrazy pozostałe:

¹¹⁸ J. Miodek, „Podciągajcie się!” – prof. Jan Miodek o wulgaryzmach, rozm. przepr. L. Sterniuk-Gronek, <https://wu.po.opole.pl/podciagajcie-sie-prof-jan-miodek-o-wulgaryzmamch/> [dostęp 25.06.2021].

w razie 'w', *for sure*;

- skrótowiec:

xD, *:P*;

3.4.2. Analiza genetyczna leksyki profesjonalnej i specjalistycznej wykorzystywanej przez pracowników korporacji IT

3.4.2.1. Leksyka notowana w słownikach języka polskiego adaptowana przez pracowników korporacji IT

W leksyce profesjonalnej i specjalistycznej, wykorzystywanej przez badaną grupę wspólnotową, istotną rolę odgrywają jednostki pochodzące z języka obcego, notowane jednak w słownikach języka polskiego, czyli zadomowione we współczesnej polszczyźnie¹¹⁹. Są to jednostki leksykalne, które – w większości przypadków – w procesie adaptacyjnym dostosowały swoje formy do obowiązującej polskiej normy językowej i w takiej formalnie ustalonej w polszczyźnie postaci weszły do analizowanego leksykonu (niektóre z nich są derywatami utworzonymi za pomocą polskich środków słowotwórczych od podstaw przejętych z języków obcych), np.: *administrator* (łac. *administrator* ‘zarządca’), *biblioteka* (gr. *bibliothēke* ‘zbiór książek’), *biznes* (ang. *business* ‘przedsięwzięcie ekonomiczne’), *blog* (ang. *blog* ‘dziennik sieciowy’), *demo* (ang. *demo* ‘próbny’), *fundusz* (łac. *fundus* ‘zasoby finansowe’), *gadżet* (ang. *gadget* ‘urządzenie’), *grafik* (gr. *graphikos* ‘pisany’, ‘malowany’), *grafika* (gr. *graphikos* ‘pisany’, ‘malowany’), *Internet//internet* (ang. *Internet* dosł. ‘międzysieć’; ‘sieć informatyczna’), *klient* (łac. *clientis* ‘odbiorca’), *komputer* (ang. *computer* ‘elektroniczna maszyna cyfrowa’), *laptop* (ang. *laptop* ‘niewielki, przenośny komputer’), *marketing* (ang. *marketing* ‘działania na rynku sprzedaży produktów’), *menedżer//manager* (ang. *manager* ‘kierownik’), *offline* (ang. *off-line* ‘poza linią’), *online* (ang. *on-line* ‘na linii’), *priorytet* (niem. *Priorität* ‘pierwszeństwo’), *program* (gr. *prographēin* ‘pisz publicznie’), *projekt* (łac. *proiectus*

¹¹⁹ *Wielki słownik języka polskiego PAN*, <https://www.wsjp.pl>; *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, red. H. Zgólkowa, t. 1-50, Poznań 1994 – 2005; A. Markowski, *Słownik poprawnej polszczyzny*, Warszawa 2021.

‘wysunięty do przodu’), *reklama* (łac. *reclamo* ‘krzyczę, protestuję’), *serwer* (ang. *server* ‘urządzenie obsługujące’), *smartfon* (ang. *smartphone* ‘telefon komórkowy z funkcją komputera kieszonkowego’), *specyfikacja* (łac. *specificatio* ‘wyszczególnienie’), *startup* (ang. *start-up* ‘założyć coś’), *synchronizacja* (gr. *synchronos* ‘równoczesny’), *weryfikacja* (łac. *verifico* ‘potwierdzić prawdę’), *wideo* (łac. *video* ‘patrzę’), *firma produktowa* (wł. *firma* ‘podpis’; *produktowa* poch. od *produkt* – łac. *productus* ‘wytworzony’) *kod rabatowy* (łac. *codex* ‘spis’; por. ang. *code* ‘norma, kod’; *rabatowy* poch. od *rabat* – wł. *rabbatto* ‘zniżka’) *media społecznościowe* (ang. *media* ‘środki komunikacji społecznej’; *społecznościowy* poch. od *społeczność*), *model biznesowy* (łac. *modulus* ‘miara’; *biznesowy* poch. od *biznes* – ang. *business* ‘przedsięwzięcie ekonomiczne’), *edytować* (łac. *editio* ‘wydanie dzieła’; por. ang. *edit* ‘redagować’), *kodować* (poch. od *kod*), *konfigurować* (łac. *configuro* ‘odpowiednio kształtuję’), *oprogramować* (poch. od *program*), *projektować* (poch. od *projekt*), *skanować* (ang. *scan* ‘przeszukiwać, przeglądać’), *startować* (poch. od *start*), *testować* (ang. *test* ‘sprawdzać’), *wyeksportować* (poch. od *eksport*), *zaimportować* (poch. od *import*) itd. Analiza kontekstów ich użycia pozwoliła jednak dostrzec, że niektóre z nich mają doprecyzowane lub poszerzone znaczenie, np.:

- *administrator* – ‘osoba nadzorująca funkcjonowanie organizacji lub produktu’ (znaczenie ogólne); ‘użytkownik posługujący się specjalnym kontem w systemie informatycznym, który posiada najszerszy zakres praw w danym systemie’ (znaczenie specjalistyczne)¹²⁰;
- *synchronizacja* – ‘dostosowywanie do jakiegoś zjawiska pod określonym względem’ (znaczenie ogólne); ‘aktualizacja danych na różnych nośnikach medialnych’ (znaczenie specjalistyczne);
- *weryfikacja* – (łac. *verifico* ‘potwierdzić prawdę’) ‘czynność, której celem jest sprawdzenie autentyczności czegoś’ (znaczenie ogólne); (ang. *verification* ‘uwiarygodnienie’) ‘sprawdzenie poprzez program poprawności danych w systemie informatycznym, wiarygodności użytkownika, prawidłowości danych wprowadzonych do systemu, wartości, adresu e-mail itd.’ (znaczenie specjalistyczne);
- *wyeksportować* – ‘wywieźć za granicę w celu sprzedaży’ (znaczenie ogólne); ‘przenieść dane z jednego nośnika na inny’ (znaczenie specjalistyczne);

¹²⁰ Znaczenia leksemów zebranych w artykułach hasłowych wynikają z kontekstu użycia, pochodzą też z informacji zawartych w ankietach oraz przekazanych w wywiadach. Niekiedy są oparte na definicjach, które można odnaleźć w słownikach, natomiast w większości są to definicje własne.

- *zaimportować* – ‘sprowadzić do kraju towary z zagranicy’ (znaczenie ogólne); ‘przenieść dane z jednego nośnika na inny’ (znaczenie specjalistyczne).

W badanym kodzie wykorzystywane są jednostki leksykalne genetycznie obcego pochodzenia, od dawna notowane w słownikach języka polskiego, które w procesie adaptacji wspólnotowej uległy neosemantyzacji. Przy tych leksemach pojawiły się znaczenia specjalistyczne, przejęte od ich odpowiedników angielskich. Do tego zasobu należą między innymi:

- *aplikacja* – (łac. *applicatio* ‘przykładanie się do czegoś’); ‘rękodzieło, polegające na ozdobieniu jednego materiału wycięciem z innego materiału’ (znaczenie ogólne); (ang. *application* ‘zastosowanie’) ‘program komputerowy albo mobilny, który spełnia jakąś funkcjonalność dla użytkownika’ (znaczenie specjalistyczne);
- *konwersja* – (łac. *conversio* ‘odwrócenie’) ‘zmiana wyznania w obrębie wzyńań chrześcijańskich, zwłaszcza przejście na katolicyzm’ (znaczenie ogólne); (ang. *conversion* ‘przekształcenie’) ‘pojęcie, wskazujące liczbę użytkowników, którzy wykonali działanie požądane przez nadawcę reklamy, czyli spełnili cel zakładany i oczekiwany w wyniku kampanii reklamowej, najczęściej jest to zakup produktu lub wypełnienie formularza kontaktowego’ (znaczenie specjalistyczne);
- *sprint* – (ang. *sprint* ‘szybki bieg’) ‘wyścig sportowy na krótkim dystansie’ (znaczenie ogólne); (ang. *sprint* ‘szybki bieg’) ‘jeden z podstawowych elementów metody Scrum, który można określić jako etap realizacji projektu ograniczony czasowo (od jednego do czterech tygodni), w którym konkretnie ustalone zadania podczas trwania projektu nie powinny podlegać zmianie, a członkowie zespołu powinni wzajemnie się wspierać’ (znaczenie specjalistyczne);
- *terminal* – (łac. *terminalis* ‘końcowy’) ‘część lotniska lub portu, gdzie rozpoczyna się lub kończy się podróż’ (znaczenie ogólne); (ang. *terminal* ‘końcowy’) ‘interfejs komputerowy albo środowisko wejścia i wyjścia tekstu na komputerze’ (znaczenie specjalistyczne).

Niekiedy trudno jednoznacznie zakwalifikować omawiane jednostki leksykalne do grupy tych, które jedynie rozszerzyły swoje tradycyjne znaczenie, lub do grupy tych, które uległy pod wpływem obcego wzorca neosemantyzacji. Na przykład *weryfikacja* została tu przedstawiona jako leksem, który zmodyfikował swoje podstawowe, ogólne znaczenie

‘czynność, której celem jest sprawdzenie autentyczności czegoś’. Jego specjalistyczne znaczenie wydaje się poszerzeniem znaczenia ogólnego – ‘sprawdzenie poprzez program poprawności danych w systemie informatycznym, wiarygodności użytkownika, prawidłowości danych wprowadzonych do systemu, wartości, adresu e-mail itd.’. Zauważmy jednak, że ujawniającego się w tym znaczeniu ‘sprawdzania’ dokonuje nie człowiek, lecz program komputerowy, czyli algorytm. Z kolei *konwersja* została sklasyfikowana jako leksem, który uległ neosemantyzacji pod wpływem obcego wzorca – ‘pojęcie, wskazujące liczbę użytkowników, którzy wykonali działanie pożądané przez nadawcę reklamy, czyli w wyniku kampanii reklamowej nadawca osiągnął zakładany i oczekiwany cel, najczęściej jest to zakup produktu lub wypełnienie formularza kontaktowego’ (znaczenie specjalistyczne). Znaczenie to wprawdzie jednoznacznie jest powiązane z aktywnością użytkowników Internetu, jednak tkwi w nim wyraźnie sem ‘odwrócenie, zmiana’, obecny także w znaczeniu ogólnym – ‘zmiana wyznania w obrębie wyznań chrześcijańskich, zwłaszcza przejście na katolicyzm’. Zaproponowany tu podział zatem nie jest klasyfikacją dychotomiczną, a ma raczej charakter typologii o rozmytych granicach zbiorów¹²¹.

Interesujący jest także proces modyfikacji semantycznej (neosematyzacja), polegający na wprowadzaniu nowych specjalistycznych znaczeń wyrazów genetycznie polskich (rodzimych). Znaczenia te są przenoszone do polszczyzny z języka obcego w trakcie tłumaczenia leksemów obcych na język polski. Przykładami są leksemy:

- *chmura* (ang. *cloud*): ‘widoczne na niebie skupisko pary wodnej’ (znaczenie ogólne); ‘technologia, która jest globalną siecią serwerów zdalnych, znajdujących się w różnych miejscach na świecie, działających jako jeden ekosystem i która zapewnia użytkownikowi wirtualne miejsce w Internecie dla przechowywania dowolnych danych oraz szybki dostęp do nich z dowolnego urządzenia połączonego do sieci’ (znaczenie specjalistyczne);
- *ciasteczka* (ang. *cookies*): ‘kawałki słodkiego ciasta’ (znaczenie ogólne); ‘niewielkie informacje tekstowe, wysyłane przez serwer WWW i zapisywane na twardym dysku użytkownika, domyślnie pozwalające na odczytanie zawartych w nich informacji jedynie serwerowi, który je utworzył’ (znaczenie specjalistyczne);

¹²¹ Por. I. Bobrowski, *Zaproszenie do językoznawstwa*, Kraków 1998, s. 22.

- *sieć* (ang. *web*): ‘system połączonych ze sobą cieniutkich i lepkich nici, produkowanych przez ciało pająka, służący mu do łapania owadów’ (znaczenie ogólne); ‘zbiór niezależnie działających komputerów i innych urządzeń, połączonych ze sobą przewodowymi albo bezprzewodowymi kanałami komunikacyjnymi, co pozwala na wymianę informacji między nimi’ (znaczenie specjalistyczne)’.

Do tej grupy leksemów i połączeń wyrazowych należą także między innym: *strona* [internetowa] (ang. [*Internet*] *site*), *środowisko* (ang. *environment*), *wdrażać* (ang. *implement*), *wdrażanie* (ang. *implementation*), *wdrożyć się* (ang. *implement*), *wpis* (ang. *entry*). Zapożyczano i tłumaczono na język polski leksemy także poprzez nawiązanie do formy fonetycznej: [*klepanie*] *kapci* (ang. skrótowiec *CAPTCHA*).

Wiele leksemów profesjonalnych i specjalistycznych IT podlegało w polszczyźnie pisanej adaptacji ortograficznej. Niekiedy forma ich zapisu odzwierciedla ewolucję semantyczną omawianych leksemów, która jest efektem rozwoju nowych technologii. Na uwagę zasługuje np. leksem *Internet*, którego pojawienie się jest traktowane jako sygnał powstania branży informacyjnej. Leksem ten jest też jednym z kluczowych pojęć badanej wspólnoty komunikacyjnej. Początkowo uznano za obowiązującą, czyli normatywną, pisownię wielką literą, miało to swoje uzasadnienie, gdyż postrzegano ten leksem jako nazwę własną konkretnej światowej sieci. W zebranych tekstach coraz częściej notowana jest jednak pisownia małą literą, gdyż dla użytkowników kodu IT nie jest to już identyfikator określonej sieci, ale określenie najpowszechniejszego medium komunikacyjnego. Respondenci uzasadniają zmianę ortograficzną tym, że współczesny internet obejmuje wiele różnych lokalnych sieci o zmiennym zasięgu, a nie jedną konkretną. Coraz częściej w ankietach i podczas wywiadów padały stwierdzenia, że pisownia słowa *Internet* wielką literą jest tylko archaicznym zwyczajem językowym. Ta modyfikacja ortograficzna wynika także z rozszerzenia znaczenia leksemu *internet*, co doprowadziło do jego wieloznaczności. Coraz częściej znaczenie leksemu *internet* jest błędnie interpretowane, postrzegany jest on jako np.:

‘usługa operatora, która zapewnia techniczny dostęp do Internetu’,

‘słowo zastępujące pojęcie *World Wide Web* (WWW), [dosł. wszechświatowa pajęczyna]’.

J. Miodek tę modyfikację ortograficzną tłumaczy następująco:

kiedy piszemy o globalnej sieci komputerowej, obowiązuje postać *Internet* – z dużym I. Gdy chodzi o sieć samodzielną lub fragment sieci globalnej, np. w domu, w klasie czy w biurze, trzeba się posłużyć formą z małym i – *internet*. Bo taka forma przylgnęła do innych zdobyczy cywilizacyjnych obecnych dziś w prawie każdym mieszkaniu, takich jak radio, telewizor, telefon¹²².

Można zatem uznać za normatywne obie wersje ortograficzne. Do opisanej wyżej modyfikacji ortograficznej doszło w ramach języka ogólnego, a nie w procesie adaptacji wspólnotowej.

Wiele wątpliwości budzi także pisownia leksemu *menedżer*; w zebranych materiale notowano różne zapisy, zarówno te spolszczone, jak i te obce. Poprawną wersją spolszczoną jest tylko: *menedżer*, dopuszczalna jest także wersja angielska *manager*, obie notowane są w słownikach języka polskiego¹²³. Zapisem często spotykanym w zebranych materiale była niezgodna z normą hybrydowa forma: *menadżer*. Rzeczownik ten podlega polskiej fleksji. W analizowanych tekstach wystąpiły formy oboczne mianownika liczby mnogiej: *menedżerowie* oraz *menedżerzy*. Pod względem poprawnościowym obie uznawane za normatywne. Wyraz ten jest już zadomowiony w języku polskim, w badanym kodzie wspólnotowym nie modyfikuje swojego znaczenia ani formy.

Niektóre słowa, występujące w języku ogólnym i notowane również w języku korporacji IT, poszerzają swoją funkcjonalność komunikacyjną, tworząc wiele nowych połączeń wyrazowych, oddających istotę relacji wewnątrzspółnotowych. Przykładem takiego wyrazu jest *agencja*. Wielość połączeń wyrazowych z wyrazem *agencja* notowanych w kodzie wspólnotowym ilustruje złożoność strukturalną badanych korporacji, ich szeroki zakres działań, specyficzny podział obowiązków oraz wielopłaszczyznowość relacji wewnątrzspółnotowych. W kodzie wspólnotowym pracowników korporacji IT agencje to firmy świadczące pewne usługi w zakresie IT. Istnieje szereg rodzajów agencji, których zakres działania jest identyfikowany intuicyjnie. Problem interpretacji semantycznej dotyczy między innymi takich połączeń wyrazowych jak: *agencja digitalowa*, *agencja interaktywna*, *agencja reklamowa*, *agencja piarowa* (poch. od *PR*) oraz *agencja marketingowa*. Według niektórych członków badanej wspólnoty *agencja interaktywna* zajmuje się kreowaniem, promowaniem oraz

¹²² J. Miodek, *Skype'ować czy skajpować?*, <https://wyborcza.pl/7,76842,13831402,skype-owac-czy-skajpowac.html> [dostęp 25.06.2021].

¹²³ *Manager*, <https://wsjp.pl/haslo/podglad/84043/manager/5210131/w-informatyce> [dostęp 01.07.2023].

wspomaganiem działań marki w Internecie¹²⁴, mianowicie tworzy strony www, sklepy online, zarządza profilami firmy w sieciach społecznościowych. Od *agencji reklamowej* różni się tym, że ma szerszy zakres usług. Do zadań *agencji reklamowej* należą usługi ukierunkowane na już stworzoną i rozpoznawalną markę, mianowicie podtrzymanie jej renomy, poszerzenie grupy odbiorców, zwiększenie sprzedaży. Jak twierdzą inni członkowie badanej wspólnoty, połączenie wyrazowe *agencja interaktywna* jest tożsame z połączeniem *agencja marketingowa*, identycznie interpretują także zakres działań *agencji reklamowej* i *agencji piarowej* (agencji PR). Zazwyczaj w dokumentach opisujących strukturę firmy wszystkie te połączenia wyrazowe, czyli nazwy agencji, są wyraźnie zdefiniowane, szczegółowo jest opisany także zakres ich działań. Połączenie wyrazowe *agencja digitalowa* wskazuje na jednostkę o najszerszym zakresie usług wśród tego typu firm. Obejmuje wszelkie działania w obszarze mediów cyfrowych i nie dotyczy mediów analogowych.

Na uwagę zasługuje także angielskie wyrażenie *Public Relations*, które zdomowało się w ogólnym języku polskim i coraz częściej pisane jest małymi literami, jako *public relations*. Od tego połączenia powstał skrótowiec PR, wymawiany jako [pi-ar]. Ponieważ badany kod wspólnotowy występuje w formie mówionej, odzwierciedlającej akustycznie zapisywane teksty, także wyrazy obce, których pisownia nie zawsze zgodna jest z obowiązującą normą języka polskiego¹²⁵, zapisywane są niekiedy w kodzie wspólnotowym wtórnie w tekstach nieoficjalnych jako *piar*. W takiej postaci graficznej (*piar*) tego leksemu nie notują słowniki języka polskiego, natomiast w słownikach internetowych występują rzeczowniki *piarowiec* i przymiotnik *piarowski* w obocznej postaci *PR-owiec*, *PR-owski*¹²⁶. W analizowanych tekstach korporacyjnych coraz częściej pojawia się leksem *piar*, także w tekstach obsługujących komunikację zewnętrzną. Jest on w pełni akceptowany przez użytkowników badanego kodu.

3.4.2.2. Słownictwo obce nienotowane w słownikach ogólnych języka polskiego obecne w kodzie pracowników korporacji IT

¹²⁴ H. Kurzeja. *Czym różni się agencja interaktywna od reklamowej*, <https://sasdesign.pl/czym-rozni-sie-agencja-interaktywna-od-reklamowej/> [dostęp 27.10.2019]

¹²⁵ Zob. rozdz. 3.3.1.1 *Komunikacja oralna w firmach IT. Typy kontaktów i wykorzystywane formy przekazów tej pracy w zakresie nienormatywności języka*.

¹²⁶ *PR-owiec*, <https://wsjp.pl/haslo/podglad/107067/pr-owiec> [dostęp: 01.07.2023].

Istotną grupę leksykalną badanego kodu stanowi słownictwo zapożyczone z języka angielskiego, nienotowane jeszcze w słownikach języka polskiego. Są to głównie leksemy, które w procesie adaptacji uległy przekształceniom formalnym, ortograficznym i morfologicznym.

A. Spolszczenia graficzne//ortograficzne

Proces modyfikacji formalnej najczęściej dotyczy najnowszego słownictwa obcego, które jest obecnie zapożyczane tylko dla potrzeb komunikacyjnych w korporacji IT. Po zapożyczeniu, w początkowym etapie spolszczania, modyfikowany jest najczęściej zapis graficzny//ortograficzny, np.: *awatar* – *avatar*, *badź* – *badge*, *bajt* – *byte*, *baner* – *bunner*, *czat* – *chat*, *czatbot* – *chatbot*, *czelendź* – *challenge*, *esajment* – *assignment*, *fakap* – *fuck up*, *fejk* – *fake*, *ficzer* – *feature*, *hejt* – *hate*, *hejter* – *hater*, *interfejs* – *interface*, *kejs* – *case*, *klik* – *click*, *konsulting* – *consulting*, *lajk* – *like*, *miting* – *meeting*, *sejlsmen* – *salesman*, *widżet* – *widget*. W zebranych zasobie leksykalnym odnotowano leksemy, które uległy spolszczeniu, jednak nadal sporadycznie można odnaleźć w badanych tekstach ich oryginalne formy angielskie jako oboczne. Oznacza to, że proces spolszczania nie zakończył się i badane określenia występują obocznie w dwu wariantach. Do tej grupy należy termin *czat* notowany także jako *chat*. Obie formy obecne są także w wyrazach pochodnych, np. *chatbot* // *czatbot*. Częściej w badanych tekstach występowała wersja niespolszczona. Nie jest to odosobniony przykład, w trakcie badań odnotowano wiele serii leksykalnych występujących w postaci zapisów obocznych, np. *booking* – *buking*, *bookować* – *bukować*, *cool* – *kul*, *like* – *lajk*, *meeting* – *miting*, *slide* – *slajd*, *save* – *sejw*.

Wielu problemów członkom badanej wspólnoty często przysparzała pisownia zapożyczonych leksemów, modyfikowano zapisy, uzasadniając to na przykład większym podobieństwem do języka polskiego. Ponieważ niektóre zapożyczenia z angielskiego trudno było objąć normą języka polskiego, a omawiane leksemy nie były notowane w słownikach i trudno było ustalić ostateczną formę zapisu, pojawiała się często kilka obocznych notacji, np. *check-lista* // *checklista*, *followup* // *follow-up*, *lajk* // *like*, *miting* // *meeting*, *on-line* // *online*, *off-line* // *offline*. W oryginalnym zapisie angielskim występuje łącznik, w wyniku spolszczenia łącznik znika, ta spolszczona forma jest już częstsza i obowiązuje jako normatywna w badanym kodzie.

B. Modyfikacje morfologiczne

Konieczność modyfikacji w zakresie fleksji pojawia się w chwili użycia danego leksemu w zdaniu. Członkowie badanej wspólnoty odczuwali potrzebę dostosowania zapożyczonych słów do znanej sobie normy języka ogólnego. Dominująca cecha współczesnego języka internetowego – odchodzenie od fleksyjności w niewielkim stopniu znalazła swoje odzwierciedlenie w kodzie badanej wspólnoty. Tworzenie form deklinacyjnych i koniugacyjnych odbywało się na zasadzie podobieństwa i analogii, gdyż twórcami form zależnych nie byli językoznawcy, lecz użytkownicy kodu, często o wykształceniu niehumanistycznym. Tak jak w języku ogólnym, pierwszym przypadkiem i najczęściej tworzonym na potrzeby składni był dopełniacz liczby pojedynczej, np. *Adblock* > *Adblocka*, *admin* > *admina*, *browser* > *browsera*, *device* > *device'a*, *e-mail* > *e-maila*, *flipchart* > *flipcharta*, *folder* > *foldera*, *font* > *fonta*, *footer* > *footera*, *framework* > *frameworka*, *geek* > *geeka*, *nerd* > *nerda*, *messenger* > *messengera*, *scraper* > *scrapera*, *tool* > *toola*, *whiteboard* > *whiteboarda*. Większość wskazanych form fleksyjnych była tworzona zgodnie z normą. Do nielicznej grupy nienormatywnej należą leksemy, które członkowie badanej wspólnoty odmieniają pomimo ich normatywnej nieodmienności, np. *facebook* > *facebooka*, *gps* > *gpsa*, *sms* > *smsa*, *Skype* > *skajpować* (czas.) > *skajpowy* (przym.), *zip* > *zipować* (czas.).

Wspomniany już wyżej przykład *czat* oraz *chat* ilustruje też ciekawe zjawisko fleksyjne. W przypadku użycia niespolszczonej wersji w formie miejscownika, czyli *na chacie*, otrzymujemy homograf do wyrazu *na chacie* w znaczeniu pot. ‘w domu’. Oczekiwaną formą jest *na czacie*. Warto tutaj zauważyć, że J. Miodek odnotowuje ten proces jako ortograficzną adaptację do systemu polszczyzny i proces osvajania z obcojęzyczną terminologią. Dopuszcza używanie obu wariantów, przywołując takie przykłady jak: *e-mail* – *e-mailować* – *e-mailowy* oraz *mail* – *mejl* – *mejlować* – *mejlowy*¹²⁷. Przykładem homografu jest również *data* w znaczeniu ‘dane’ oraz *data* w znaczeniu ‘określenie czasu’.

Proces tworzenia kodu pracowników korporacji IT to nie tylko adaptacja leksemów do polszczyzny, ich modyfikacja formalna lub semantyczna. Leksemy obce zapożyczane do języka polskiego poddawane są modyfikacjom morfologicznym – podlegają regułom polskiego systemu słowotwórczego. Neologizmy słowotwórcze powstałe od zapożyczonych leksemów angielskich w bardzo istotny sposób wzbogacają zasób

¹²⁷ W niniejszym badaniu również wystąpiły warianty *mailować* – *mailowy*, zob. J. Miodek, *Skype'ować czy skajpować?*...

leksykalny badanego kodu. Często są to nie tylko pojedyncze określenia, ale także serie leksykalne, np.:

- *bloger, blogerka, blogować, blogowanie, blogowy;*
- *influencer, influencerka.*

Najczęściej w badanym materiale od zapożyczonego rzeczownika tworzone były czasowniki i określenia lub nazwy czynności, np.: *ataczować < attach, backupować < backup, banować < ban, briefować < brief, challengować < challenge, chillować < chill, coachować < coach, czelendźować < challenge, debugowanie < debug, dilować < deal, estymować < estimation, fokusować się < focus, forwardować < forward, followować < follow, googlować < Google, hejtować < hating, helpunek < help, instalować < installation, inwestygacja < investigation, inwestygować < investigation, kastomizacja < customization, kliknięcie < click, kliknąć < click, linkować < link, logowanie < login, looknąć < look, mapować < map, merdźować < merge, misnąć < miss, personalizacja < personalization, programowanie < programming, podlinkować < link, renderować < render, requestować < request, resetować < reset, scancelować < cancel, sejwować < save, subskrybować < subscription, supportować < support, szerować < share, tagować < tag, tapnąć < tap, targetować < target, trackować < tracking, trollować < trolling, updatować < updating, walidować < validation, wyautować < out, zainstalować < install, zipować < zip, zbanować < ban.*

Tworzono także określenia charakteryzujące daną czynność, członka wspólnoty, produkt firmy, itp.: *digitalowy < digital, gamingowy < game, online'owy < online, randomowy < random, rastrowy < rastr, responsywny < responsive, strona landingowa < strona + landing, streamingowy < streaming, swaggowy < swag, UXowy < UX, webowy < web, wektorowy < wektor.*

Rzadziej powstawały określenia osobowe, na przykład nazwy wykonawcy czynności: *backendowiec < backend, haerowiec < HR, korpoludek < korporacja+ludek, korposzczur < korporacja+szczur, vlogerka < vlog, youtuber < You Tube.*

Dynamikę zmian w zakresie kodu technologicznego dostrzegli polscy badacze. J. Miodek odnotowuje, że w normie polskiej obowiązuje jeszcze *Google*, ale można już za to *googlować*:

Od terminu *blog* urabiamy słowotwórczą rodzinę: *bloger, blogerka, blogować, blogowy*, a od *chat* i *czat* – czasownik *czatować*. *Skype* powinien się też wkrótce doczekać spolszczonego wariantu *skajp*, bo już teraz nikogo nie rażą wyrazy

*skajpowy i skajpować*¹²⁸.

W kontekście przywołanych przykładów adaptacji ortograficzno-morfologicznej J. Miodek nie jest zwolennikiem szukania na siłę polskich odpowiedników angielskojęzycznych terminów elektronicznych, ponieważ próby takich poszukiwań przynoszą z reguły efekt słów potworków¹²⁹. Badania dowiodły, że od znanych nazw własnych, mocno utrwalonych w języku z uwagi na szacunkowo długi czas istnienia tych produktów, np. Skype, Google, Facebook, z łatwością powstają czasowniki i przymiotniki: *facebookowy, googlować, googlowy, skajpować, skype'ować*, natomiast spolszczenie samych nazw własnych, np. *fejsbuk, gوجل, skajp* jest jeszcze dość rzadkie, nietrwałe albo niespotykane. Może to być związane z trwałością obecnych w polszczyźnie zapożyczeń lub potrzebą równoległego spolszczania graficznego i morfologicznego.

3.4.2.3. Słownictwo angielskie przejęte przez użytkowników kodu IT bez zmian formalnych i semantycznych

W analizowanych tekstach odnotowano obok słownictwa pochodzącego z języka angielskiego, zmodyfikowanego formalnie w procesie adaptacji, także słownictwo angielskie, które przeniknęło do badanego kodu wspólnotowego bez jakichkolwiek zmian. Część tego słownictwa jest utrwalona w języku polskim lub została odnotowana w ogólnych słownikach języka polskiego, np. *business casual, case study, demo, digital, know-how, small talk, smart, smart casual*. Część natomiast to słownictwo przyswojone wyłącznie przez członków badanej wspólnoty i obsługujące komunikację w korporacji IT, np. *approval, assignment, autorefresh, back office, backstage, big data, body leasing, bullshit, busy, cash-flow, casual Friday, cloud, coffee break, commitment, crunch time, daily, dammit, data, decline, deploy, device, downgrade, dream team, dude, edit, emergency, end to end, enjoy, executive, fake news, flexy, flow, follow-up, footer, footprint, full experience, full-stack, game-changer, goal, good point, handwrite, header, hold, impact, interface, in-topic, issue, killer feature, leisure room, lifestyle, lunch break, no stress, off-topic, on-premises, open source, over time, overview, preview, proxy, public, quality content, recover, release, requirement, reels, reset, restart, root, route, sales,*

¹²⁸ J. Miodek, *Skype'ować czy skajpować?*...

¹²⁹ J. Miodek, *Skype'ować czy skajpować?*...

scope, shortcut, software, stories, setup, slide, sorry, standby, stress management, web, workflow.

Warto osobno wspomnieć o nazwach stanowisk: *accountant, accountant assistant, key account, junior accountant, it-girl, executive assistant, community support, senior account, senior accountant.*

3.4.2.4. Skrótwce (akronimy) i skróty

Wykorzystanie skrótów i skrótowców w komunikacji korporacyjnej, zwłaszcza w sytuacjach nieformalnych, jest bardzo powszechne, a czasem nawet nadużywane. Jest to spowodowane nadmierną ekonomizacją języka korporacyjnego, zarówno w wypowiedziach oralnych, jak i pisemnych¹³⁰. Według definicji słownikowych „skrót – częśćka wyrazu lub wyrażenia zapisana lub wymówiona jako znak całego wyrazu lub wyrażenia”¹³¹. Na przykład skrótem wyrazu *doktor* jest *dr, profesor – prof., na przykład – np.* Z kolei skrótowiec albo inaczej akronim jest definiowany jako: „wyraz pochodny, powstały poprzez odcięcie pewnych składników z wyrażenia złożonego z jednego lub więcej słów”¹³². Przykładem skrótowca są: *RODO, ZUS*. Skróty i skrótowce, które występują w komunikacji elektronicznej, często powstają niesystemowo, dlatego nie zawsze są zgodne ze wskazanymi definicjami. Granica między nimi jest często płynna, jest to kolejne potwierdzenie, że kod badanej wspólnoty powstaje intuicyjnie i spontanicznie, jest także w tym zakresie nienormatywny. Mając to na uwadze, przedstawiono poniżej skróty i skrótowce razem jako część zasobu leksykalnego pochodzącego z języka polskiego lub zapożyczonego z języka angielskiego.

A. Polskie akronimy i skróty

W trakcie badań odnotowano następujące przykłady polskich skrótów i skrótowców:

- *BOK* – biuro obsługi klienta;

¹³⁰ E. Kołodziejek, *Ekonomiczność innowacji składniowych...*s. 87-98.

¹³¹ *Internetowy słownik języka polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/slovniki/skr%C3%B3t.html>, [dostęp 25.06.2021].

¹³² K. Szymanik, *Skrótowce i wszystko, co powinniście o nich wiedzieć*, <https://polszczyzna.pl/skrotowce-odmiana-i-zapis/>, [dostęp 25.06.2021].

- *DW* – do wiadomości;
- *Jj.* – już jestem;
- *jw.* – jak wyżej [opisano];
- *nwm* – nie wiem;
- *nmzc* – nie ma za co;
- *RODO* – Rozporządzenie o ochronie danych osobowych;
- *tzn.* – to znaczy;
- *UoP* – umowa o pracę;
- *wg* – według;
- *ws.* – w sprawie;
- *ww.* – wyżej wymieniony;
- *zw.* – zaraz wracam.

Są to skróty redakcyjne oraz administracyjne, powszechnie stosowane w komunikacji ogólnej, dlatego znalazły się także w badanych tekstach.

B. Angielskie akronimy i skróty

Komunikacja w środowisku IT jest nasycona akronimami angielskimi, które sprzyjają ekonomizacji wypowiedzi i przenikają do badanego kodu wspólnotowego bez modyfikacji formalnych i semantycznych. Wśród odnotowanych w trakcie badań znalazły się głównie te, które opisują specyfikę pracy oraz relacji interpersonalnych w korporacji IT¹³³: *Ads, AFAIK, AFAIR, Afk, AI, API, ASAP, B2B, B2C, B2G, BA, BTW, BR, CAPTCHA, CC, CEO, CFO, CMO, CMS, COO, CPC, CPL, CPS, CR, CRM, CSR, CTA, CTR, CV, CX, ddl, DMS, DoD, EOD, ERP, FAQ, fb, fck, FTE, FYI, GPS, HO, HR, IG, IMHO, IP, IT, JBM, KAM, KPI, LAN, LOL, MVP, NGO, OMG, PFA, pls, PM, pm, PO, PR, POI, QA, radar, R&D, RFP, RFQ, RFX, RLY, Rofl, ROI, RWD, SaaS, SEM, SEO, SMART, SMM, SMS, srsly, stg, TBC, TBH, Thx, UAT, UI, UPD, URL, UX, VA, VR, WFH, Wi-Fi, WLAN, WTF, WWW, xD, xoxo, YOLO, YT, :P.*

J. Miodek zaproponował spolszczanie skrótów i skrótowców poprzez utworzenie od nich form pochodnych: *SMS – SMS-ować – SMS-owy* do formy *esemes – esemesować – esemesowy*¹³⁴. W słownikach ogólnych języka polskiego takich form jeszcze się nie notuje,

¹³³ Objaśnienia skrótów znajduje się w końcowej (słownikowej) części pracy.

¹³⁴ J. Miodek, *Skype'ować czy skajpować?...*

prawdopodobnie dlatego, że akceptowane są one tylko w języku mówionym, choć w zebranych w czasie badań materiale można już dostrzec wskazaną przez J. Miodka tendencję.

4. WYNIKI BADAŃ W PERSPEKTYWIE EKOLINGWISTYCZNEJ

4.1. Opis jakościowy wyników badań

Odwołując się do przedstawionej we wstępie podstawowej hipotezy pracy, zakładającej, że dynamiczny rozwój technologiczny wpływa na język, należy zaznaczyć, że progres technologiczny i związane z nim zmiany dotyczące języka obejmują ogół społeczeństwa, jednak proces ten przebiega w różnym stopniu i natężeniu w różnych grupach społecznych. Zdecydowanie większy wpływ na modyfikację języka ma rozwój szeroko rozumianej techniki komputerowej i informacyjnej u tych osób, które zajmują się na co dzień tematyką technologiczną IT, niż u osób, które mają niewielki kontakt z technologiami informacyjnymi lub nie mają go wcale. Widać to najlepiej poprzez obserwację komunikacji językowej tych grup społecznych, które mają bliską styczność z nowymi technologiami informacyjnymi, między innymi pracowników firm z obszaru IT. Powyższa praca miała dać odpowiedzi na pytania: czy kod językowy pracowników branży IT jest funkcjonalny, innowacyjny i etyczny; czy jest on współczesną nowomową lub slangiem obsługującym daną wspólnotę, jak uważa Anna Panek¹, czy też niezrozumiałym dla innych żargonem lub zinstytucjonalizowaną formą interżargonu zawodowego; jakie jest jego miejsce w kontekście normatywnego języka ogólnego.

Analizując zebrane słownictwo, którym posługują się pracownicy środowiska IT, należy zauważyć, że kodu językowego omawianej grupy nie można jednoznacznie zaliczyć do jednej z odmian, np. nowomowy, slangu, żargonu, interżargonu zawodowego. Bardziej ogólne określenie, takie jak „kod wspólnotowy pracowników firm IT”, najlepiej ilustruje odmienność badanego kodu, co jest zgodne z koncepcjami wypracowanymi przez S. Puppla i D. Ochotną². Kod wspólnotowy, jak wykazano w części badawczej pracy, jest

¹ Badaczka uważa, że podczas komunikacji internauci posługują się językiem, który niejednokrotnie przyjmuje zaskakujące formy. Do cech charakterystycznych owego języka należą: ekonomiczność, specjalizacja, stylizacja oraz tworzenie pewnego rodzaju slangu, który podkreśla przynależność do danej grupy; zob. A. Panek, *Język w przestrzeni Internetu*, „Przestrzeń Społeczna” 2016, nr 1, s. 102-126.

² Na potrzeby pracy przyjęto definicję kodu wspólnotowego jako narzędzia komunikacji w granicach wspólnoty, formy zapisu kultury i modelu świata tejże wspólnoty; zob. *Ochrona języków naturalnych*, „Scripta Neophilologica Posnaniensia”, red. S. Puppel..., s. 9; D. Ochotna, *Struktura komunikatów SMS-owych...*, s. 82.

pojęciem szerszym, jest też zróżnicowany wewnętrznie, dlatego można odnaleźć w nim cechy slangu, żargonu czy interżargonu zawodowego.

Język wspólnotowy pracowników środowiska IT jest nasycony w dużym stopniu zapożyczeniami z języka angielskiego. Jak zaznaczono w pracy, przyczyną tego są procesy globalizacyjne oraz fakt, że język angielski jest podstawowym językiem w środowisku biznesowym oraz środowisku IT. Problem zrozumienia kodu pracowników z branży IT przez ogół społeczeństwa wynika jednak nie tylko z obcości genetycznej, lecz także spowodowany jest specjalizacją kodu – jego zamknięty zasób leksykalny znany jest wyłącznie osobom zainteresowanym, przez co jest fundamentem silnych więzi wewnątrzspołnotowych. Z tego powodu podjęcie działań, mających na celu rozpowszechnienie słownictwa używanego przez pracowników korporacji IT, będzie utrudnione i raczej nie spotka się z zainteresowaniem osób postronnych. Komunikację zewnętrzną badanej wspólnoty ogranicza także fakt, że respondenci w wieku ponad 50 lat, o wykształceniu średnim, często mają niskie kompetencje w zakresie języka angielskiego³, dlatego zwroty i wyrażenia stosowane przez grupę pracowników, będące przedmiotem badań, nie są zrozumiałe dla tych osób. Nie tylko nie rozumieją ich, ale także nie odczuwają potrzeby ich stosowania. Ciągłe jednak osoby przyjmowane do badanej wspólnoty, by sprawnie w niej funkcjonować, muszą opanować opisany w pracy kod.

W słowniku stanowiącym aneks do pracy zamieszczono leksemy pochodzące z języka angielskiego, czyli te, które w procesie spolszczania uległy modyfikacji formalnej lub semantycznej. Odnotowano także wyrażenia i leksemy angielskie bezpośrednio przenikające do badanego kodu, bez zmian formalnych i semantycznych. Nielicznie reprezentowane jest w słowniku słownictwo polskie, które po modyfikacji semantycznej profesjonalizowało się i wzbogaciło zasób leksykalny badanego kodu (np. *chmura*, *sieć*, *ciasteczka*). Niektóre z tych leksemów to dawne pożyczki z greki (np. *biblioteka*), łaciny (np. *dokument*), z języka francuskiego (np. *abonament*) czy niemieckiego (*priorytet*). Są to jednak słowa od dawna przyswojone w polszczyźnie i ich pochodzenie nie ma znaczenia w ocenie – tak ważnej z punktu widzenia ekolingwistyki – siły oddziaływania języków obcych na leksykę kodu pracowników firm IT. Na potrzeby pracy przeanalizowano użycia tekstologiczne zebranego słownictwa, pozwoliło to na sformułowanie wniosku, że norma

³ Dane według raportu English Proficiency Index 2022, zob. *EF English Proficiency Index. The world's largest ranking of countries and regions by English skills*, <https://www.ef.pl/epi/> [dostęp 21.06.2023].

języka polskiego jest przez pracowników korporacji IT często naruszana, dotyczy to głównie kryteriów: formalnego, narodowego, semantycznego, etykietałnego⁴.

W badanej leksyce odnotowano również zapożyczenia pochodzące z innych języków niż angielski, np. japońskiego (np. *ninja*), hindi (*guru*), norweskiego (*troll*) – wszystkie one jednak mogą być traktowane w odniesieniu do leksyki pracowników firm IT jako zapożyczenia pośrednie przejęte z języka angielskiego. Tak więc pomimo tego, że są również inne kraje o wysoko rozwiniętej technologii, język specjalistów IT nabiera charakteru globalnego i na terenach Europy oraz najbardziej z nią związanej cywilizacyjnie Ameryki Północnej dominuje język angielski. W związku z tym w słowniku zdecydowanie przeważają zapożyczenia z języka angielskiego (por. rozdz. 4.2.).

Wiele uwagi poświęcono procesowi adaptacyjnemu genetycznie angielskiego słownictwa, zwrócono szczególnie uwagę na trzy typy modyfikacji formalnej: graficzną // ortograficzną, morfologiczną (fleksyjna i słowotwórczą) i semantyczną.

Graficzne // ortograficzne procesy adaptacyjne

Słownictwo pochodzące z języka angielskiego, nienotowane wcześniej w słownikach języka polskiego, przenikając do kodu wspólnotowego, ulegało głównie modyfikacji formalnej i graficznej // ortograficznej. Celem tych zmian było dostosowanie ich użycia do normy języka polskiego. Procesy te jednak miały charakter intuicyjny, spontaniczny, nieustrukturyzowany, a w początkowej fazie wręcz chaotyczny.

Z punktu widzenia poprawności ortograficznej zatem leksyka kodu pracowników korporacji IT, jak dowiodły badania, jest w znacznym stopniu nienormatywna. Jednym z przykładów tego stanu rzeczy jest pisownia jednostek: *on-line*, *start-up*. W badanym materiale znalazły się przykłady uproszczenia do formy bezłącznikowej: *online*, *startup*, co jest zgodne z zasadą sformułowaną przez J. Miodka:

słowniki ortograficzne dopuszczają dwie możliwości w odniesieniu do powszechnie znanego określenia pracy programów komputerowych przy podłączeniu do sieci. Możemy zgodnie z oryginałem angielskim pisać *on-line*, ale też bezłącznikowo – *online*. Ten drugi wariant – tak zresztą jak *internet* z małym „i” – jest znakiem ortograficznej adaptacji do systemu polszczyzny, oswojenia z obcojęzyczną terminologią⁵.

⁴ Zob. J. Liberek, *Norma językowa jako fakt społeczny fundowany na uzusie. Uwagi w kontekście Słownika właściwych użyc języka*, „Język Polski” 2021, nr 2, s. 34-48; A. Markowski, *Kultura języka polskiego...*, s. 21.

⁵ J. Miodek, *Skype'ować czy skajpować?...*

Problem zapisu tych wyrazów pojawia się przy nadawaniu leksemom obcym polskich wykładników morfologicznych. W wyniku tych procesów powstaje wiele graficznych form przejściowych, które dążą ku kompletnemu spolszczeniu, na co jest potrzebny czas. Obecnie używa się wymiennie kilku form zapisu przymiotników *online'owy* (z użyciem apostrofu), w bardziej spolszczonej wersji graficznej *onlinowy*, *startupowy*. Na tym etapie wydaje się to tylko wyrazem adaptowanym do polszczyzny, ale niezgodnym z normą językową. Można przewidzieć, że w końcowym etapie tego procesu powyższe leksemy będą miały następujące formy: *onlajn* – *onlajnowy*, *startap* – *startapowy*. Obecnie jednak ten proces jeszcze się nie zakończył. Wiele zapożyczeń odnotowano jako pierwotne zapożyczenia ustne, którym w użyciu należy nadać formę graficzną np. *dedlajn* z ang. *deadline*, *interfejs* z ang. *interface*.

Zauważono także proces spolszczania polegający na transliteracji odzwierciedlającej podobieństwo brzmieniowe, np. *content* – *kontent*; *video* – *wideo*; (do słownika tej rozprawy zostały dodane już tylko w pełni spolszczone wersje, czyli jako *wideo*, *kontent*).

W niektórych przypadkach proces adaptacji graficznej nie został zakończony i spolszczone formy występowały obok zapożyczonych angielskich, np. *call* i *kol*, *controlling* oraz *kontroling*, *customizacja* i *kastomizacja*, *developer* albo *deweloper*, *approval* lub *aprowal*.

W zebranych materiale można dostrzec równoległe istnienie dwóch form obocznych graficznie, np. *audyt* // *audit*. Problem tych dwóch wyrazów jest znany już od dawna i polega na tym, że pierwszy – funkcjonujący w języku polskim od wielu lat – pochodzi z języka łacińskiego, jest zgodny z normą polską, drugi zaś został przejęty z języka angielskiego, nie jest zgodny z normą ortograficzną, ponieważ połączenie „di” według reguły oddaje się w języku polskim jako „dy”, np. *dyrektor*, *kredyt*. Nie przeszkadza to jednak w funkcjonowaniu takiego zapisu w oficjalnych dokumentach, np. standardzie ISO 9001⁶. Funkcjonowanie obydwu tych wyrazów mimo ich równoznaczności jest wspierane przez użytkowników, ponieważ *audyt* częściej jest kojarzony z kontrolą finansową, a *audit* wiąże się z systemami zarządzania jakością.

Morfologiczne (fleksyjne i słowotwórcze) procesy adaptacyjne

⁶ PN-EN ISO 9001:2015 Systemy Zarządzania jakością. Wymagania.

Wiele przejętych do omawianego zbioru leksykalnego anglicyzmów staje się siłą rzeczy podstawą słowotwórczą dla formacji tworzonych za pomocą rodzimych środków derywacyjnych. Jest to przejaw dobrze znanej tendencji do adaptacji systemowej zapożyczeń leksykalnych z języków obcych. Jej przykładem są takie podstawowe zabiegi jak dodanie do genetycznie obcego tematu słowotwórczego polskiego morfemu czasownikowego, dzięki któremu leksem podlega polskiej koniugacji, np. ang. *validate* > pol. *walid-ować*, czy też prefiksacja tak powstałych czasowników, dzięki czemu funkcjonują one w relacjach aspektowych: czasownik niedokonany – czasownik dokonany, charakterystycznych dla semantyki polskich czasowników, np. ang. *out* > pol. *autować* > *wy-autować*. Chodzi tu także o nadanie obcym leksemom morfologicznych cech leksemów polskich. Jest to jeden z najczęstszych przykładów adaptacji genetycznie obcego słownictwa, któremu niekiedy towarzyszy modyfikacja semantyczna. Jednym z przykładów takich zabiegów (poza już przywołanymi *online'-ow-y*, *startup-ow-y*) może być wyraz *random-ow-y* (od ang. *random*). Zaznaczmy, że został on już wprowadzony do słowników języka polskiego. Innym przykładem może być *kastom-izacja* lub *custom-izacja* (od ang. *custom*). Tu adaptacja graficzna jest na etapie wariantywności. Leksem ten być może zostanie w jednej z jego obocznych form wprowadzony do słownika polszczyzny jako termin, tak jak to miało miejsce z terminem *randomowy*⁷. Na podstawie wypowiedzi i komentarzy internautów można wnosić, że z terminu *kastomizacja* korzystają użytkownicy nie tylko z wąskich kół gamerskich, czyli miłośników gier komputerowych czy *stricte* branżowych, lecz także pojawia się on w tekstach oficjalnych na konferencjach, w publikacjach specjalistycznych czy w artykułach naukowych.

W adaptacji leksemów obcego pochodzenia, tworzących analizowany leksykon, problem stanowi ustabilizowanie form deklinacyjnych w tych przypadkach gramatycznych, w których w polszczyźnie możliwe są końcówki równoległe lub oboczne. Korporacyjne słownictwo często występuje tylko w wersji mówionej. Dlatego do języka pisanego może przedostać się forma typowa dla polszczyzny potocznej. Przykładem jest wyraz *update*, który – przejęty do polszczyzny – w odmianie ustnej zaczął funkcjonować jako odmienny, w piśmie dopiero zyskuje formy zależne, np. dopełniacz liczby pojedynczej *update'a*. Ta forma fleksyjna nie jest zgodna z polską normą językową, oczekiwaną formą jest bowiem *update'u*. Innym przykładem ciągle niezakończonych

⁷ *Internetowy słownik języka polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/mlodziezowe-slowo-roku/haslo/randomowy;5899793.html> [dostęp 01.11.2021].

stabilizacji form fleksyjnych są formy oboczne mianownika liczby mnogiej – *menedżerowie // menedżerzy*. Zaznaczyć trzeba, że oboczność końcówek *-owie // -i (-y)* jest jednak typowa dla wielu polskich rzeczowników należących do paradygmatu rodzaju męskoosobowego (np. *biologowie // biologzy*).

Częstym zjawiskiem było także dostosowywanie akronimów angielskich do polskiej fleksji, np.: *gif – gifa – gify, KPI – KPI-ja – KPI-je, pdf – pdfa – pdfy, SMS – SMS-a – SMS-e – SMS-ów* czy *zip – zipa – zipy*.

Polonizowane genetycznie angielskie leksemy, które pozostają nieodmienne, niekiedy mają cechy części mowy odmiennej od oryginalnej (np. *online* – ang. przysłówek > pol. rzeczownik; *deploy* – ang. czasownik > pol. rzeczownik; *digital* – ang. przymiotnik > pol. rzeczownik; *emergency* – ang. rzeczownik > pol. przymiotnik).

Coraz częściej, zgodnie z oczekiwaniami społecznymi i polityką badanych firm, powstają oraz rozwijają się żeńskie formy gramatyczne (feminy): *influencer – influencerka, vloger – vlogerka, blogger – bloggerka*. Form żeńskich nie traktowano w badaniach jako pochodnej od formy męskiej, chociaż z punktu widzenia języka polskiego tak one powstały, tylko jako powstałe paralelnie od formy angielskiej. W związku z czym uznano, że obie formy pochodzą z języka angielskiego – jedna została utworzona w rodzaju męskim, druga w rodzaju żeńskim. Język IT kieruje się głównie zasadami języka angielskiego. Dla tych wyrazów jest on pierwotny, w tym przypadku nie są odczuwane procesy zachodzące na poziomie języka polskiego, co powoduje, że np. *blogger* i *bloggerka* są równoważnymi określeniami.

Ciekawym przykładem zabiegów słowotwórczych jest *apka // appka*. Są to derywaty słowotwórcze (wsteczne) od *aplikacja* (ang. *application*). Odczuwane są one jako potoczne. Ich użycie ograniczone jest do pism nieoficjalnych, pojawiają się na przykład na czatach firmowych. Najogólniej *apkę* można zdefiniować jako ‘jakikolwiek program komputerowy’, np. *apka webowa* ‘program działający w przeglądarce internetowej’, *apka desktopowa* ‘program działający poza przeglądarką, z poziomu pulpitu’, *apka mobilna* ‘program przeznaczony dla urządzeń mobilnych’ (w tym wypadku w analizowanych materiałach częściej pojawia się forma *appka*). Leksem *apka // appka* może być zatem przykładem tendencji do uproszczeń w kodzie profesjonalnym.

Uproszczenie profesjonalistyczne, którego przykładami są formy *apka // appka*, wpisuje się w ogólniejszą tendencję do ekonomizacji leksyki analizowanego kodu. Innym przykładem tej tendencji są elipsy. Elipsa to:

skrócenie dwu- lub wielowyrazowego wyrażenia, gdzie jeden ze składników leksykalnych kalki strukturalno-semantycznej przejmuje znaczenie całego wyrażenia i zaczyna funkcjonować w tym nowym sensie niezależnie. Elipsa jest zatem kombinacją formalnej redukcji frazeologizmu oraz zmiany semantycznej, jaka się dokonuje w leksemie przejmującym znaczenie całości wyrażenia⁸.

Zjawisko elipsy odnotowano w niektórych połączeniach wyrazowych wchodzących w skład analizowanego leksykonu, np. *adres [elektroniczny]*, *wirus [komputerowy]*, *poczta [elektroniczna]*, *architekt [systemu]*. Podobnie w zapożyczonym wyrażeniu *account manager* coraz częściej eliminuje się leksem *manager*. Polska forma *account // eknat* oraz jej paralelna forma żeńska, tj. *ekancica*, mogą być odbierane jako określenia o niższym prestiżu, może nawet pogardliwe (*ekant*, *ekancica – opiekun // opiekunka klienta, prowadzący // prowadząca projekt*). Warto zaznaczyć, że mimo tendencji do stosowania elipsy wyrażenie *account manager* jest w często przywoływane w formie angielskiej, bez odmiany słowa *menedżer*, zwłaszcza w wypowiedziach o charakterze bardziej oficjalnym.

Z tendencją do ekonomizacji języka w ścisłej relacji pozostają typowe dla nieoficjalnych tekstów pisanych kodu pracowników firm IT skróty. Są one graficznym znakiem często używanych, regularnych komunikatów. Odnotowano wiele skrótów polskich, w większości stosowanych w tekstach pisanych w polszczyźnie ogólnej, np. *DW* – ‘do wiadomości’, *jw.* – ‘jak wyżej’, *ww.* – ‘wyżej wymieniony’, *tzw.* – ‘tak zwany’, *ws.* – ‘w sprawie’. Są wśród nich także skróty typowe dla krótkich tekstów nieoficjalnych stosowanych w komunikacji korporacyjnej, np. *Jj* – ‘już jestem’, *Zw* – ‘zaraz wracam’. Jednak cechą charakterystyczną komunikacji w formie pisanej pracowników firm IT jest niezwykle duża frekwencja skrótów i skrótowców angielskich, np. *btw* – ‘by the way’ (pol. *swoją drogą*), *FYI* – ‘for your information’ (pol. *do twojej informacji*), *ASAP* – ‘as soon as possible’ (pol. *tak szybko, jak jest to możliwe*), *IMHO* – ‘in my humble opinion’ (pol. *moim skromnym zdaniem*) (zob. rozdz. 6.3.).

Semantyczne procesy adaptacyjne

Biorąc pod uwagę kryterium semantyczne, można dostrzec, że przejściu leksemu z języka angielskiego do zasobów badanego kodu towarzyszy często modyfikacja znaczenia, akceptowana i wykreowana w ramach danej wspólnoty. Neosemantyzacji podlegają słowa

⁸ A. Witalisz, *Przewodnik po anglicyzmach w języku polskim*, Kraków 2016, s. 83.

z języka polskiego ogólnego, dotąd niezwiązane znaczeniowo z technologiami informacyjnymi, które pod wpływem języka angielskiego zostały nacechowane nowym technologicznym znaczeniem. Są to zarówno dawno zadomowione zapożyczenia z języków obcych (mających status internacjonalizmów), np. *biblioteka* (z j. gr.) ‘element programu komputerowego’ czy *projekt* (z j. łac.) w języku ogólnym ‘plan, schemat lub model czegoś’, natomiast w komunikacji korporacyjnej jego znaczenie przekształtowało się na ‘przedsięwzięcie, duże zadanie do wykonania’. Są to także leksemy rodzime, słowiańskie, np. *chmura* ‘wirtualna przestrzeń do przechowywania danych’, *ciasteczka* ‘specjalne pliki do optymalizacji pracy stron internetowych’, *sieć* ‘zbiór niezależnie działających komputerów i innych urządzeń, połączonych ze sobą przewodowymi albo bezprzewodowymi kanałami komunikacyjnymi, co pozwala na wymianę informacji między nimi’.

W trakcie analiz zebranego słownictwa dostrzeżono także coraz dynamiczniejszą tendencję wypierania istniejącego już słownictwa polskiego, zadomowionego w badanym kodzie, przez nowe leksemy angielskie, tworzone na potrzeby omawianej komunikacji, np.: *help* – *pomóc*, *meeting* – *spotkanie*, *hejtować* – *nienawidzić*, *followować* – *śledzić/obserwować* (kogoś w Internecie), *fokusować się* – *skupiać się*, *update’ować* – *aktualizować*, *googlować* – *sprawdzać w Internecie* itd. Ten stan rzeczy spowodowany jest, po pierwsze, przez silne oddziaływanie na badaną leksykę wzorca angielskiego, po drugie – ma związek z potrzebami komunikacyjnymi, ponieważ następuje wzrost liczby klientów zagranicznych, z którymi porozumienie następuje dzięki językowi angielskiemu, po trzecie – wiąże się z potrzebą szybkiego i efektywnego przekazania koniecznych informacji.

Z punktu widzenia ekolingwistyki nasuwa się pytanie, czy procesy przenikania genetycznie obcych zasobów leksykalnych do leksykonu badanego kodu należy spowalniać. Kwestia ta pozostaje otwarta, choć, jak pokazały badania, są to procesy nieuniknione, zależne od zewnętrznego kontekstu komunikacyjnego, warunkowane zmieniającymi się relacjami interkulturowymi. Formułując odpowiedź na to pytanie, należy pamiętać, że nie zawsze zastępowanie wyrazów obcego pochodzenia polskimi słowami przyniesie pozytywny skutek, ponieważ może to wpłynąć na ograniczenie funkcjonalności komunikacji.

Właśnie wspomniana potrzeba szybkiego i efektywnego przekazania koniecznych informacji ma wpływ na zastosowanie odpowiednich określeń zniuansowanych semantycznie, oddających, na przykład, różnice w charakterze spotkań, ilustrujących,

czym się różni zwykle spotkanie pracownika offline, umówiona rozmowa przez telefon, rozmowa przez Internet za pomocą narzędzia programowego Zoom, Skype, Google Meets lub MS Teams czy innego podobnego, od telekonferencji w konkretnie wyznaczonej sali. Stąd takie konkretne zwroty: *mam spotkanie*, *mam meeting*, *mam telefon*, *mam call'a*, *mam telko*. W zebranych materiale często notowanym przekazem była informacja *mam calla* lub *mam telko*. Zauważmy, że obydwie wyrażenia w badanym kodzie są synonimiczne, bowiem leksem *call*, przenikając do języka polskiego, zmodyfikował swoje znaczenie. Słowo to oznacza w kodzie korporacyjnym połączenie telekonferencyjne, a nie telefoniczne. Jednak, by uniknąć nieporozumień komunikacyjnych, pracownicy firm IT wybierają często *telko*, czyli uproszczenie leksemu *telekonferencja*. W komunikacji korporacyjnej dziwnie brzmiałoby, na przykład, „za pół godziny będę miał telekonferencję, nie mogę iść na obiad”, w opinii wielu pracowników bardziej środowiskowo i sensownie jest powiedzieć: „za pół godziny mam calla//telko, nie mogę iść na obiad”. Bardzo rzadko w pisanej komunikacji nieoficjalnej spotyka się również użycie formy *kol* czy *mam kola*.

Przejawem tendencji do precyzji w komunikacji jest także dyferencjacja semantyczna leksemów *logo* i *logotyp*. W trakcie badań okazało się, że wcześniej tożsame i wzajemnie wymienne pojęcia *logo* i *logotyp* w ostatnich latach zróżnicowały swoje znaczenia. *Logo* jest ogólnym pojęciem, którego częścią jest *logotyp*⁹. Tę definicję potwierdza stwierdzenie: „If logo once meant this same as logotype, it no longer does”¹⁰.

Bywa jednak, że pracownicy korporacji IT w komunikacji używają wymiennie słów, np. *program* oraz *aplikacja*, które w polszczyźnie ogólnej, niespecjalistycznej, mogą być traktowane jako synonimy. W leksyce kodu pracowników firm IT nie są to jednak pełne synonimy. Różnica między tymi pojęciami jest taka, że *aplikacja* jest gotowym produktem, często sprzedawanym i przeważnie niesie jakąś funkcjonalność dla użytkownika. A więc *aplikacja* to program lub zestaw programów, natomiast nie każdy program jest aplikacją. Różne znaczenia mają również *aplikacja* i *aplikowanie* ‘ubieganie się o coś’, np. o pracę czy dostęp do jakichś zasobów technicznych. Różnice semantyczne są także między leksemami *Internet* a *WWW* – *Internet* to ‘infrastruktura’, *WWW* to ‘usługa’ na szczycie tej infrastruktury. Jednak zazwyczaj także te dwa pojęcia są mylnie używane w pierwszym z tych znaczeń.

⁹ S. Bateman, A. Hyland, *Symbol*, Londyn 2011.

¹⁰ Z ang. „Jeśli kiedyś logo oznaczało to samo co logotyp, to już tak nie jest” [tłumaczenie własne].

Leksyka kodu pracowników firm IT szybko reaguje na przemiany technologiczne, biznesowe w ich środowisku pracy. Odzwierciedla się to nie tylko w pojawianiu się nowych terminów (czy ustępowaniu starych), ale także w modyfikacjach znaczeń słów zadomowionych w analizowanym kodzie. Przykładem tego jest ewolucja znaczenia leksemów *komputer* i *korporacja*.

W trakcie badań znaczenie leksemu *komputer* podlegało modyfikacji uwarunkowanej zmianami technologicznymi. Powszechnie w literaturze określa się *komputer* jako: ‘szybko licząca elektroniczna maszyna matematyczna, wyposażona w zestaw automatycznie działających urządzeń do przetwarzania danych’¹¹. Z czasem funkcje komputerów zaczęły wykonywać również telefony, zwane smartfonami, telewizory, konsole do gier i inne urządzenia elektroniczne. Czy zatem należałoby zmienić definicję *komputera*? Kiedy urządzenie elektroniczne staje się komputerem? Kiedy telefon staje się smartfonem oraz czy smartfon, który wykonuje większość funkcji komputera, można nazwać też komputerem? Czy konsolę do gier możemy nazwać komputerem, skoro pod względem technicznym prawie niczym się nie różnią. Jeżeli obecnie procesory są wbudowywane w różne rodzaje urządzeń AGD, czy można je nazwać komputerami? Są to pytania otwarte i do rozstrzygnięcia, ale już przy kolejnych badaniach.

W języku polskim dotychczasowa definicja *korporacji*, w znaczeniu biznesowym ‘firma’ (a nie ‘stowarzyszenie’), określa ‘dużą firmę z kapitałem zagranicznym z dużą liczbą pracowników’. To postrzeżenie korporacji nadal było obecne w wypowiedziach niektórych respondentów. Jednak poszerzone badania dowiodły, że wskazana wyżej definicja wymaga aktualizacji. Od czasu powstania pierwszych korporacji zagranicznych w Polsce minęło już trochę czasu i pojawiło się sporo dużych firm polskich, które przejęły kulturę korporacyjną. W kontekście komunikacji, przepływów procesów takie firmy wykorzystują wiele elementów od podobnych korporacji z USA, Europy Zachodniej czy Azji.

Szerokie rozpowszechnienie się anglicyzmów¹², będące efektem mody na nie w języku polskim, która się nasiliła zwłaszcza wraz z nastaniem ery komputerów i Internetu w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych, skutkuje także pojawieniem się w polszczyźnie kalk językowych, czyli słów, zwrotów lub wyrażeń przetłumaczonych

¹¹ *Słownik języka polskiego*, red. M. Szymczak, Warszawa 1993, s. 980.

¹² Anglicyzm to element językowy występujący w danym języku, zaczerpnięty z języka angielskiego lub na nim wzorowany, który może mieć formę wyrazu, zwrotu lub konstrukcji składniowej (*Anglicyzmy - zapożyczenia w języku polskim – przykłady*, <https://www.speak-up.pl/aktualnosci/anglicyzmy> [dostęp 25.08.2021]).

dosłownie, często wbrew polskim zasadom semantycznym¹³, np. *jednorożec* – *unicorn*, *twardy dysk* – *hard disc*, *pulpit zdalny* – *remote desktop*. Jest to interesujący sposób wzbogacania zasobu leksykalnego badanej wspólnoty.

Leksykalne interferencje międzywspólnotowe

Konfrontując zebrane słownictwo języka korporacyjnego z językiem ogólnym lub innymi językami specjalistycznymi, dostrzeżono w trakcie badań słownictwo przekraczające granice wspólnotowe. Były to leksemy obsługujące zagadnienia biznesowe, finansowe i dotyczące zarządzania, np. *administracja*, *biznes*, *accounting*, *account*, *reklama*, *marketing*, *menedżer*. Wiele leksemów znanych było także graczom komputerowym, np. *gamer*, *gamingowy*, *bitcoin*, *plyta główna*, *hard drive*. Na kod komunikacji pracowników firm IT w zakresie leksyki oddziałują także inne odmiany środowiskowe polszczyzny. Przykładem takiej relacji interferencyjnej są elementy leksykalne przejęte ze slangu młodzieżowego, np. *chillout* ‘wyluzowanie, zrelaksowanie’, *chillować* ‘odpoczywać’, *swag* ‘styl, lans’, *swaggowy* ‘stylowy’, zwroty: *jest good* lub *jest cool* czy *jest kul* ‘wszystko w porządku’. Środowisko komunikacyjne korporacji IT oraz środowisko gamingowe jest ściśle powiązane ze względu na to, że te branże są po części pokrewne. Te przykłady to dowód na to, że badane słownictwo korporacji IT nie jest zamknięte czy ograniczone. Przeciwnie – współlistnieje ono na pograniczu technologii informacyjnych oraz innych stref życia społecznego. Dochodzi do wzajemnego przenikania ze słownictwem młodzieżowym, graczy gier komputerowych itp., na co zwraca uwagę też A. Panek¹⁴. Leksykon kodu profesjonalnego czy specjalistycznego IT nie obejmuje tylko jakiegoś wąskiego obszaru działania, konkretnej dziedziny wiedzy, ale też kilka dość różniących się od siebie dziedzin, np. sprzedażową, marketingową, techniczną, okołobiznesową. Jest to zbiór słownictwa, które powstaje na styku kilku różnych grup komunikacyjnych, funkcjonujących w korporacjach IT. To słownictwo odzwierciedla wspólne obszary, które łączą różne zespoły w trakcie pracy i poza nią. W związku z tym leksyka składająca się na słownik może sprawiać wrażenie nieco rozproszonej w różnych obszarach. Dowodzi to jednak tego, jak słownictwo

¹³ Te pojęcia różnią się między sobą tym, że anglicyzm to wyraz lub połączenie wyrazowe angielskie, które zaczynamy stosować w języku polskim, często odmieniając go w ten sam sposób, co i wyrazy polskie, wraz ze spolszczeniem jego pisowni. Kalka językowa składa się z polskich wyrazów, lecz jest tworem obcym, powstałym w wyniku dosłownego tłumaczenia słowa lub wyrażenia angielskiego; zob. *Anglicyzmy - zapożyczenia w języku polskim – przykłady*, <https://www.speak-up.pl/aktualnosci/anglicyzmy> [dostęp 25.08.2021].

¹⁴ A. Panek, *Język w przestrzeni Internetu...*, s. 102-126.

wewnątrzgrupowe przenika na zewnątrz, jak ewoluuje i upraszcza się, a w pewnym momencie również się standaryzuje.

Pseudoanglicyzmy jako efekt oderwania genetycznie angielskiej leksyki od języka źródłowego

Język angielski jest językiem komunikacji międzynarodowej pracowników korporacji IT. Ich dwujęzyczność, faktyczna lub domniemana, niekiedy prowadzi do tworzenia makaronicznych form językowych polskich i angielskich, które czasem zaliczane są do „Ponglish”. Podobne formy hybrydowe istnieją i w innych językach – „Denglisch” (język niemiecki), „Spanglish” (język hiszpański), „Franglais” (język francuski). Według purystów językowych należy unikać zapożyczeń, starając się wprowadzać do leksykonu wyrazy rodzime. Czy jest to jednak najlepsze rozwiązanie? Francuzi mają w tym zakresie doświadczenie. Podjęli oni walkę z globalizacją języka oraz z anglicyzmami, co doprowadziło do powstania tzw. Prawo Toubona¹⁵. Ustanowione zostało ono między innymi po to, żeby każde określenie anglojęzyczne zastąpić francuskim, np. *komputer* nazywano *ordinateur*, spowodowało to ignorowanie francuskiego dorobku w obszarze informatyki, miało też negatywny wpływ na rozwój przemysłu informatycznego¹⁶.

Ciągłe przełączanie przez pracowników firm IT w trakcie komunikacji kodów językowych – polskiego na angielski i angielskiego na polski prowadzi do kreowania pseudoanglicyzmów¹⁷. Powstają one w wyniku połączenia morfemów angielskich, redukcji morfemowej oryginalnego wyrażenia angielskiego lub używania angielskiego leksemu w nieangielskim znaczeniu. Wśród pseudoanglicyzmów można wskazać leksykalne, morfologiczne i semantyczne, np. formacje morfologiczne z morfemem *-ing*: *consulting* (ang. *consultation*)¹⁸. Tworzenie pseudoanglicyzmów jest jednym z najbardziej dobitnych przykładów stylizacji badanej leksyki na język angielski, która jest cechą ogólną polszczyzny w przestrzeni Internetu¹⁹.

¹⁵ Gordon, P. H., Meunier, S., *The French challenge...*, s. 60.

¹⁶ *Zapożyczenia i spolszczenia. Skąd się biorą i czy są potrzebne?*, <https://www.tlumaczenia-miw.pl/wordpress/2016/12/30/zapozyczenia-i-spolszczenia/> [dostęp 25.08.2021].

¹⁷ Pseudoanglicyzmem nazywamy „leksem zbudowany z morfemów genetycznie angielskich, lecz w angielszczyźnie niewystępujących bądź występujących w innych funkcjach lub/i znaczeniach” (A. Witalisz, *Przewodnik po anglicyzmach w języku polskim...*, s. 155).

¹⁸ A. Witalisz, *Przewodnik po anglicyzmach w języku polskim...*, s. 157.

¹⁹ A. Panek, *Język w przestrzeni Internetu...*, s. 102-126.

W analizowanym leksykonie przykładem wypreparowania leksemu angielskiego z systemu językowego angielszczyzny może być angielski czasownik *fail* ‘zawieść’, który w polskim języku korporacyjnym stał się rzeczownikiem: *fail* ‘zawód, niepowodzenie’, np. „dzisiaj miałem faila”. Angielski rzeczownik natomiast ma inną formę: *failure* ‘zawód, niepowodzenie’. Nie wszedł on jednak do analizowanego leksykonu. Zaliczyć tu można także np. *happy end* zamiast ang. *happy ending* czy *sponsoring* ‘finansowanie czegoś’ zamiast ang. *sponsorship*.

W języku polskim skrótem wyrazu *software* jest *soft*. W języku angielskim leksem *soft* – formalnie tożsamy z wypreparowanym w języku polskim *soft* – ma zupełnie inne znaczenie (‘miękki’) i nie funkcjonuje w tym samym znaczeniu co w języku polskim. Wyrazy *news* ‘wiadomość, nowina’, *stories* ‘opowieść’, *reels* ‘rolka wideo’ w języku angielskim mają formę liczby mnogiej. W polskim kodzie IT, zachowując swoją angielską formę, przybierają postać liczby pojedynczej, np.:

Przyszedł mi na maila taki news [...].

W załączniku treść newsa.

Ale mam news, słuchajcie [...].

Nagrywam stories na Instagrama.

Wrzuciłam nowe reels.

Ciekawy jest również fakt, że w odniesieniu do terminu ang. *corporation* > pol. *korporacja* w słownikach internetowych języka polskiego często spotykana jest forma skrócona, potoczna – *korpo*, natomiast w słownikach języka angielskiego, odpowiednika formy skróconej potocznej – tzn. *corpo* lub innego skrótu, w czasie przeprowadzenia badań, nie odnotowano.

Przełączanie kodów polskiego i angielskiego może prowadzić także do kreowania konstrukcji pleonastycznych, np. *sieć web*. Pochodzący z angielskiego leksem *web* oznacza ‘sieć’, tak więc *web* samo w sobie jest *siecią*. Funkcjonujący w komunikacji pracowników IT pleonazm jest przykładem oderwania się polskiego kodu korporacyjnego IT od podstawy angielskiej.

Anglosaska strategia adresatywna

Siłę oddziaływania języka angielskiego na kod komunikacji pracowników firm IT daje się dostrzec także na poziomie pragmatolingwistycznym, w językowej strategii adresatywnej. Zwracając się do konkretnej osoby w wewnętrznej komunikacji korporacji IT, przeważnie używa się formy „Ty” (w piśmie stosuje się wielką literę), natomiast zanikają formy adresatywne „Pan/Pani”. Jeśli są stosowane, to wyłącznie w bezpośrednich zwrotach do członków zarządu. Jednak jest to maniera wychodząca z użycia. Forma adresatywna „Ty” odwzorowuje angielskie „you”, które nie wskazuje bezpośrednio na dystans między rozmówcami bądź na istniejącą hierarchię. Gdyby przyjąć ściśle polskie kryterium etykietałne, ta strategia adresatywna stanowi naruszenie zasad polskiej poprawności językowej.

Leksyka kodu pracowników firm IT wobec kryteriów poprawności językowej

Z punktu widzenia ekolingwistyki, jako istotnej koncepcji niniejszych badań, można stwierdzić, że przyswajanie języka specjalistycznego²⁰ z języka angielskiego, jako prymarnego w zakresie nauk informatycznych, jest, jak się wydaje, zjawiskiem coraz bardziej naturalnym. Tworzenie odpowiedników danych wyrazów w języku ojczystym nie zawsze przynosi właściwe rezultaty, często są to nieadekwatne, sztuczne korelaty / równoznaczniki, jest to też niezgodne z tendencją globalizacyjną moderującą rozwój języków specjalistycznych. Opóźnia i utrudnia ten proces problem różnic gramatycznych między językiem angielskim a językiem polskim, nie jest to jednak przeszkoda nie do pokonania, co pokazały zawarte w pracy analizy.

Kod wspólnotowy pracowników firm IT scharakteryzować można jako odmianę środowiskową języka polskiego, tworzącą się spontanicznie jako narzędzie komunikacji pracowników firm, które zajmują się wciąż nową, w niezwykle szybkim tempie ewoluującą technologią IT. Firma stanowi odrębną wspólnotę komunikacyjną, gdzie najczęściej słownictwo przybiera właściwe sobie cechy i znaczenia. Kod ten rozpowszechnia się w wyniku potrzeb komunikacyjnych w firmach IT, co wydaje się procesem spontanicznym, naturalnym, który powstał bez jakiegokolwiek odgórnego czy instytucjonalnego narzucania go osobom uczestniczącym w komunikacji.

²⁰ Specjalizacja jest cechą charakterystyczną języka przestrzeni Internetu; zob. A. Panek, *Język w przestrzeni Internetu...*, s. 102-126.

Normy poprawnościowe polszczyzny ogólnej zdają się zawieszona. Dominantą tego kodu jest ekonomiczność²¹. To wyzwała tendencję do skrótowości w przekazie, do swojego rodzaju uproszczenia kodu. Leksyka kodu komunikacyjnego pracowników firm IT zapełnia zatem lukę w słownictwie polszczyzny. Stałe uzupełnianie pierwotnych zasobów leksykalnych świadczy między innymi o tym, że badany kod jest systemem otwartym, przyjmującym zmiany, stale ewoluującym. Tworzenie neologizmów i neosemantyzmów wynika z potrzeby użytkowników kodu. Wyraz mający dotychczas inne zastosowanie zostaje przeniesiony na inną płaszczyznę, w inny obszar, nieznany do tej pory, zostaje umieszczony w innej rzeczywistości językowej, zyskuje w ten sposób nowe znaczenie, np. *architekt, chmura, ciasteczka, biblioteka, sieć, dysk*.

Przyjmując tradycyjne kryteria oceny poprawności językowej (kryterium narodowe, formalne, semantyczne, etykietalne), można by uznać, że powstanie tej odmiany profesjonalnej / środowiskowej polszczyzny „zaśmieca” język. Przeciwwagą dla takiej konkluzji może być stwierdzenie wynikające z przekonania, że uzus jest siłą sprawczą ewolucji języka. Z tego punktu widzenia kod komunikacji pracowników firm IT to zatem kod wspólnotowy, który powstał jako odpowiedź na zapotrzebowanie społeczne, dla którego nadrzędną dominantą jest sprawna, efektywna komunikacja.

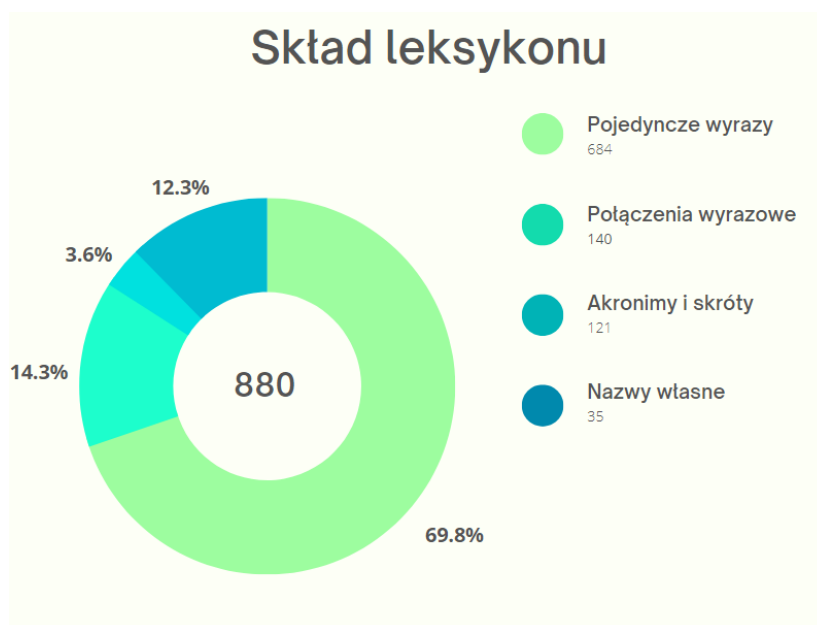
Stając na straży poprawności i czystości języka polskiego, trzeba pamiętać o zmianach pokoleniowych i obyczajowych, jakie na przestrzeni ostatnich lat zaszły w społeczeństwie polskim. Współczesna młodzież, członkowie badanej wspólnoty, to pokolenie, dla którego język angielski i nowoczesna technologia komputerowa są nieodłącznym elementem życia. Używanie przez nich anglicyzmów, akronimów i skrótów jest czymś naturalnym, oddającym w pełni ich myśl, którą dzielą się z interlokutorem. Zabiegi purystyczne, które miałyby na celu wyeliminowanie z ich słownika wyrazów obcego pochodzenia, skazane są na niepowodzenie. Tylko młode osoby, z wysoką świadomością językową mogą rozważyć praktyczne używanie polskich zamienników.

²¹ O ekonomiczności języka przestrzeni Internetu pisała A. Panek; zob. A. Panek, *Język w przestrzeni Internetu...*, s. 102-126.

4.2. Opis ilościowy wyników badań

Wyniki zaprezentowanej analizy dopełniają uwagi o charakterze statystycznym. Przedmiotem analizy lingwistycznej było ogółem 880 jednostek leksykalnych (leksemów, połączeń wyrazowych o charakterze specjalistycznym, nazw własnych oraz akronimów i skrótów), które zostały zakwalifikowane jako artykuły hasłowe niniejszego słownika. Wśród odnotowanych haseł znalazły się między innymi (Rys. 19):

- pojedyncze leksemy – 684, co stanowi 77,7% całości leksykonu;
- połączenia wyrazowe – 140, co stanowi 16% całości leksykonu;
- nazwy własne – 35, co stanowi 3,9% całości leksykonu;
- akronimy i skróty – 121, co stanowi 13,7% całości leksykonu.



Rys. 19. Wizualizacja składu procentowego leksykonu. Źródło: opracowanie własne

W podziale formalnym, gramatycznym, pomijając akronimy i skróty oraz połączenia wyrazowe, na leksykon składają się:

- rzeczowniki – 452 leksemów, co stanowi 62,8% zebranego słownictwa;
- czasownik – 70 leksemów, co stanowi 9,7% zebranego słownictwa;
- przymiotniki – 24 leksemów, co stanowi 3,3% zebranego słownictwa;
- przysłówki – 5 leksemów oraz wykrzykniki – 5 i inne części mowy, co stanowi około 1,5% zebranego słownictwa.

Rzeczowniki stanowią najliczniejszą grupą. Są one w większości nazwami narzędzi i wykonywanych funkcji (zob. rozdz. 3.4.1). Klasyfikacja ze względu na rodzaj gramatyczny ma charakter wyłącznie formalny. Odnotujmy jednak, że 323 leksemy to rzeczowniki rodzaju męskiego (71%), 69 rodzaju żeńskiego (15,2%) oraz 20 rodzaju nijakiego (4,4%).

Z perspektywy genetycznej 573 odnotowanych leksemów pochodzi z języka angielskiego. Są to wyrazy, które przeszły proces adaptacji do polszczyzny. Z kolei 158 leksemów to jednostki leksykalne będące wyrazami polskimi lub pochodzące z innych języków niż angielski; 28 – cytaty angielskie, niezadomowione w polszczyźnie. W sumie w leksykonie znalazło się 601 wyrazów o proveniencji angielskiej, co wynosi szacunkowo 79% zebranych leksemów, nie wliczając akronimów i skrótów.

Dane te uzmysławiają ogromną siłę oddziaływania języka angielskiego na skład leksykalny kodu komunikacyjnego pracowników firm IT.

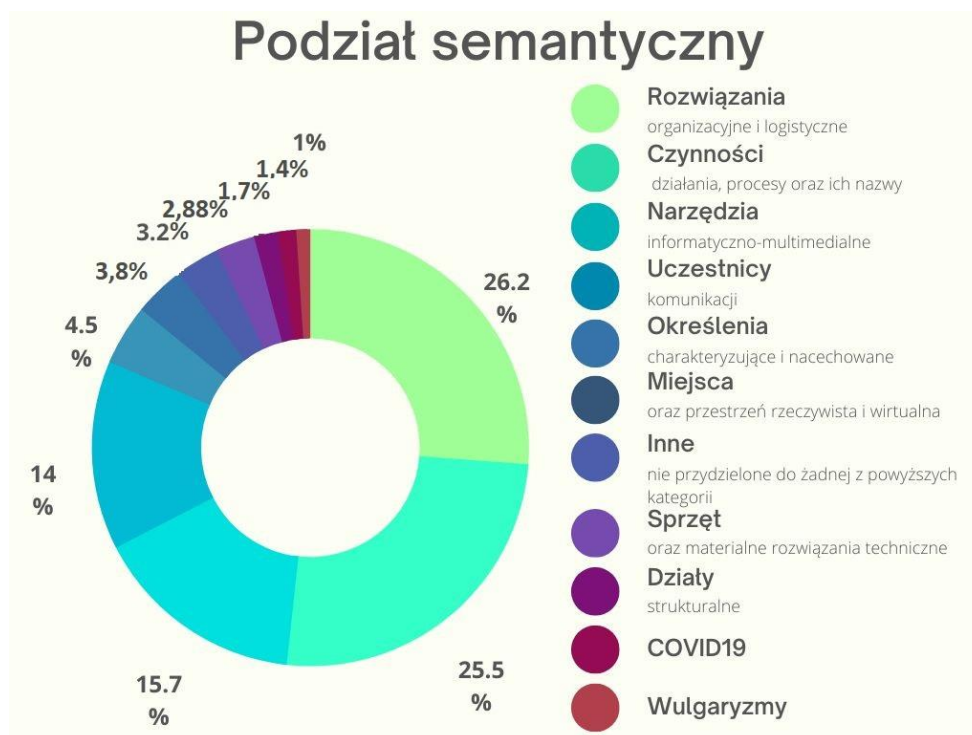
W klasyfikacji semantycznej odnotowano:

- 25 leksemów – nazw sprzętu oraz materialnych rozwiązań technicznych, np. *badź, device, smartfon, laptop*;
- 136 nazw narzędzi informatyczno-multimedialnych, np. *mail, interface, pop-up, scraper*;
- 227 nazw rozwiązań organizacyjnych i logistycznych wspomagających pracę w korporacji IT, np. *agenda, accelerator, kejs, kick-off*;
- 221 leksemów określających czynności, działania, procesy oraz ich nazwy, np. *aktualizować, aplikować, ataczować, backupować*;
- 121 określeń uczestników komunikacji oraz pełnionych przez nich funkcji i stanowisk, np. *co-founder, copywriter, developer*;
- 33 nazw miejsc oraz przestrzeni rzeczywistych i wirtualnych, np. *platforma, hotdesk, środowisko*;
- 15 nazw działów strukturalnych firm IT, np. *HR, helpdesk, dział IT, big data*;
- 39 określeń charakteryzujących i nacechowanych, np. *digitalowy, online'owy, randomowy*;
- 12 leksemów związanych z pandemią COVID19, np. *e-meeting, hotdesk, remote*.

Ponadto pozostało 28 innych wyrazów, które nie zostały przydzielone do żadnej z powyższych kategorii, np. *wow, happy end, true story, xmas*.

W składzie leksykalnym kodu pracowników korporacji IT pojawiły się także wulgaryzmy jako leksykalne wykładniki funkcji ekspresywnej. W analizowanych materiałach oprócz wulgaryzmów funkcjonujących w innych odmianach polszczyzny wskazać można 9 jednostek leksykalnych tego typu, które można uznać za charakterystyczne dla kodu komunikacyjnego pracowników firm IT: *bullshit, dammit, dude, fuck, fuck up, fakap, shit, WTF, fck*.

Jak wskazują dane statystyczne, w leksykonie kodu pracowników firm IT dominują dwie grupy semantyczne, których liczebność jest niemal identyczna, a mianowicie nazwy rozwiązań organizacyjnych i logistycznych wspomagających pracę (26,2%) oraz nazwy czynności, działań i procesów (25,5%). Stanowią one łącznie 51,7% wszystkich jednostek leksykalnych (Rys. 20). Tak więc 47,7% leksykonu wypełniają pozostałe grupy semantyczne (układ malejący): nazwy narzędzi (15,7%), nazwy uczestników komunikacji (14%), określenia charakteryzujące i nacechowane (4,5%), nazwy miejsc oraz przestrzeni rzeczywistej i wirtualnej (3,81%), inne nieprzydzielone do żadnej grupy (3,2%), nazwy sprzętu oraz materialnych rozwiązań technicznych (2,88%), nazwy działów strukturalnych (1,7%), terminy związane z epidemią COVID19 (1,4%), wulgaryzmy (1%). Dominującą warstwą leksyki kodu pracowników firm IT jest zatem słownictwo pochodzenia angielskiego.



Rys. 20. Wizualizacja składu procentowego podziału semantycznego. Źródło: opracowanie własne

Porównując stopień nasycenia anglicyzmami w odnotowanym słownictwie, który według powyższych danych stanowi 79%, z obecnym nasyceniem słownictwa współczesnej polszczyzny, który szacuje się na poziomie 7% (zob. rozdz. 3.2), można wywnioskować, że ten poziom jest prawie o 11 razy większy. Tak duże nasycenie leksykonu kodu pracowników firm IT słownictwem genetycznie angielskim świadczy o sile interferencyjnego oddziaływania języka angielskiego na polszczyznę w tym wycinku jej leksyki. Ten odbiegający jedenastokrotnie od średniej odsetek dowodzi procesów globalizacyjnych (z punktu widzenia ekolingwistyki język angielski jest tu swojego rodzaju *lingua franca*), jakim podlega język pracowników firm IT.

4.3. Ewolucja leksyki kodu wspólnotowego pracowników firm IT

Ekolingwistyka próbuje ocenić dynamikę wymiany i uzupełniania pierwotnych zasobów leksykalnych, ujmując to zagadnienie w szerszym kontekście społecznym i kulturowym (m.in. globalizacja, determinizm technologiczny). Ilustracją takich dynamicznych zmian jest leksyka kodu pracowników firm IT.

W toku analizy odnotowano zmiany słownictwa, które dokonały się na przestrzeni badanych lat. Wydarzenia społeczne na badanym obszarze i terenach kulturowo powiązanych pozostawiły swój ślad między innymi w działaniu korporacji IT oraz ich słownictwie. Przede wszystkim najbardziej wyraźnymi przykładami wydarzeń społecznych stała się pandemia COVID-19 w latach 2020-2023 oraz rosyjska pełnoskalowa wojna w Ukrainie od 2022 r., które spowodowały powstanie słownictwa związanego z pracą zdalną, bezpieczeństwem informacji z uwagi na liczne ataki hackerskie, oraz z bezpiecznym przechowywaniem danych na środowiskach chmurowych, np. *AWS*, *chmura*, *cloud*.

Ponadto powstawały albo zdobywały popularność nowe technologie, które generowały nowe słownictwo, np. fala popularności kryptowalut, szczególnie bitcoina w latach 2017-2021, wzrost popularności lub powstawanie nowych sieci społecznościowych, np. *TikTok* (od 2016), *Telegram* (2014-2022), *Twitter* (od 2015²²), rozwój sztucznej inteligencji, np. *AI*, *ChatGPT* (od 2022²³). Z kolei inne technologie stawały się

²² *Twitter (X) Revenue, User Growth Statistics 2023*, <https://prioridata.com/data/twitter-statistics/> [dostęp 01.08.2023].

²³ *Top AI Statistics And Trends In 2023*, <https://www.forbes.com/advisor/in/business/ai-statistics/> [dostęp 01.08.2023].

przestarzałe, nieaktualne lub przestawały być używane, na przykład Clubhouse, który powstał w 2020 r., szybko zdobył swoją popularność, a w 2021 r. ją stracił. Podobny los spotkał program Skype. Jego użycie na przestrzeni badanych lat spadło w Polsce do minimum w porównaniu do innych konkurencyjnych programów. Spowodowało to spadek popularności słownictwa generowanego wokół tych programów.

Zwiększenie poziomu korzystania z Internetu, głównie poprzez smartfony, spowodowało pojawienie nowego słownictwa, np. *appka*, *stories* – od 2016, *reels* – od 2021 i zanikanie słownictwa związanego z działaniem na komputerach stacjonarnych (*plyty CD*, *Google+* – sieć społecznościowa zamknięta w 2019).

Innym przykładem czynników wpływających na tempo ewolucji leksyki w omawianym zakresie mogą być wirale, które potrafią wprowadzić nowe słownictwo w bardzo krótkim czasie, np. *spiner* ‘kręcąca się zabawka’, *popit* ‘silikonowa zabawka o jaskrawym kolorze z wybijanymi się bąbelkami’ czy *jojo* ‘zabawka w postaci szpulki zawieszanej na sznurku’.

Te dynamiczne zmiany są uchwytne przede wszystkim dla osób posługujących się kodem wspólnotowym pracowników firm IT na co dzień. Utylitarny charakter omawianego kodu językowego wskazuje na wąskie grono jego użytkowników. Można pokusić się o stwierdzenie, że ogół społeczeństwa nie odczuwa potrzeby zastosowania słów charakterystycznych dla przedmiotowej grupy zawodowej. W tym przypadku mowa o społeczeństwie w przedziale 50-80 lat, dla którego nowoczesna technologia jest dziedziną niezrozumiałą lub wykorzystywaną w niewielkim stopniu. Ograniczeniem pełnego zaakceptowania technologii komputerowej jest również niska znajomość języka angielskiego, który – jak wykazano w pracy – jest podstawą omawianego kodu językowego. Społeczeństwo w przedziale 18-45 lat lub młodsze charakteryzuje się większą znajomością języka angielskiego, zainteresowaniami związanymi z technologią, co stanowi asumpt do poszerzania słownictwa związanego z rozwojem technologicznym.

Można więc z całą pewnością twierdzić, że leksyka kodu wspólnotowego pracowników firm IT podlegać będzie dynamicznym zmianom i ewolucji, zmianom, które w pełni uchwytne będą wyłącznie dla specjalistów.

5. ZAKOŃCZENIE

Prezentowana praca obejmuje opis procesów komunikacyjnych jako kontekstu dla kodu wspólnotowego oraz analizę leksyki profesjonalnej i specjalistycznej odnotowanej w trakcie badań nad komunikacją w firmach IT w Polsce w latach 2015-2023.

Podstawowa część pracy ma charakter trójdzielny, zawiera wstęp, część analityczną oraz część syntetyczną. Istotną częścią pracy jest aneks w postaci opracowanego słownika. W części opisującej metodologię badań, czyli metody zbierania materiału oraz metody opisu, zaprezentowano treści, które zamieszczono w poszczególnych częściach pracy, opisano także układ artykułu hasłowego słownika.

Niniejsza praca obejmuje szeroki interdyscyplinarny zakres badań. Prezentowane są zagadnienia z zakresu językoznawstwa, komunikologii oraz technologii informacyjnych w kontekście relacji biznesowych i marketingowych. Próba pokazania wpływu technologii i globalizacji na kształtowanie się współczesnych języków, w tym przypadku języka polskiego, wymagała poszerzenia zakresu podstawowej literatury przedmiotu. Wykorzystane metody opracowania i zbierania materiału spełniły założone cele oraz umożliwiły znalezienie odpowiedzi na postawione na wstępie pytania i wskazane problemy. Zebrano oraz opisano zasoby leksykalne kodu wspólnotowego pracowników badanych korporacji IT wraz z ich sytuacyjnymi kontekstami użycia (zob. rozdz. 6). Skonfrontowano dane konteksty z polskimi neologizmami i neosemantyzmami odnotowanymi w słownikach języka polskiego (zob. rozdz. 3.4.2). Pozwoliło to na zidentyfikowanie modyfikacji semantycznych oraz na wyodrębnienie słownictwa wspólnotowego, niezarejestrowanego w dotychczasowych ogólnych zbiorach leksykalnych (zob. rozdz. 3.4.2.2). Ustalono na tej podstawie też stopień nasycenia tego leksykonu zapożyczeniami angielskimi (zob. rozdz. 4.2). W wyniku analizy zebranego słownictwa udało się wyodrębnić i zidentyfikować techniki spolszczania oraz sposoby użycia leksemów w trakcie procesu ich zadomowienia, w przypadku niektórych pożyczek udokumentowano brak procesu spolszczania (zob. rozdz. 4.1). Na podstawie danych o procesach spolszczania i zadomowienia wyrazów oraz ich znaczeń semantycznych ustalono zmianę granic – przejście od błędu do normy uzualnej, jak również odnotowano ich tendencje rozwojowe (zob. rozdz. 3).

Przedstawiona analiza potwierdza postawioną na wstępie tezę, że komunikacja w organizacji IT jest przeważnie nienormatywna oraz nieekologiczna z punktu widzenia ekolingwistyki. Jednocześnie jednak jest etyczna, kooperacyjna, niezwykle ekonomiczna i funkcjonalna w wewnętrznej komunikacji wspólnotowej. Dla osób spoza wspólnoty komunikacyjnej korporacji IT pozostaje niezrozumiała (zob. rozdz. 3.3.2.4). Istotne było także wskazanie barier komunikacyjnych spowodowanych specyfiką analizowanych procesów komunikacyjnych w ramach kodu obsługującego relacje wewnątrzspółnotowe. Identyfikacja barier pokazała, w jakim stopniu kod pracowników korporacji IT jest funkcjonalny i służy efektywnej komunikacji. Kod, obsługujący daną komunikację, jest funkcjonalny, innowacyjny, a pomimo swojej nienormatywności zaakceptowany oraz przyswojony przez daną wspólnotę.

Rozwój języka komunikacji w zakresie IT jest wypadkową niezwykle szybkich przemian technologicznych. To one właśnie są wyzwaniem dla języka, który musi dysponować wystarczającymi środkami (w tym leksyką), by o nich komunikować. Jego powstanie ma charakter spontaniczny, nieinstytucjonalny.

Jest to kod pod względem leksykalnym i semantycznym wykazujący w dużym stopniu zależność od języka angielskiego. 79% jednostek leksykalnych to anglicyzmy o zróżnicowanym stopniu przyswojenia do polszczyzny. Jak wykazała analiza, procesy adaptacyjne toczą się na poziomie graficznym, fleksyjnym, słowotwórczym, semantycznym. Analiza wykazała funkcjonowanie w polskim kodzie wspólnotowym pracowników IT pseudoanglicyzmów, a więc istnienie tendencji do odrywania angielskich jednostek leksykalnych od ich rodzimego podłoża i do nadawania im nowych polskich funkcji semantycznych czy morfologicznych. Na poziomie pragmatycznym w komunikacji wewnętrznej daje się zaobserwować silną tendencją do zarzucenia charakterystycznych dla polskiej grzeczności form adresatywnych „Pan/Pani/Państwo” na rzecz skracającej dystans między rozmówcami formy „Ty”, będącej odpowiednikiem angielskiego „you”. Pracownicy firm IT tym samym odwzorowują polskimi środkami językowymi anglosaską strategię adresatywną.

Cechą charakterystyczną pisanych form komunikacji stosowanych przez pracowników korporacji IT jest nagromadzenie skrótów i skrótowców, zwłaszcza angielskiego pochodzenia.

Pod względem semantycznym, jak dowodzi tego analiza statystyczna, ponad 50% leksyki kodu komunikacyjnego pracowników firm IT to nazwy rozwiązań organizacyjnych i logistycznych wspomagających pracę oraz nazwy czynności, działań i procesów. Duży

odsetek udziału tych dwu kategorii semantycznych w leksykonie decyduje o profesjonalnym i specjalistycznym charakterze analizowanego kodu wspólnotowego.

Ponadto jest to kod otwarty na interferencje z innymi odmianami środowiskowymi polszczyzny. Analiza wykazała wpływ języka młodzieżowego i gamingowego.

Kod wspólnotowy pracowników firm IT to kod specjalistyczny, o cechach profesjonalnych, w większym stopniu ukierunkowany na komunikację wewnętrzną, funkcjonujący w formie mówionej i pisanej, na płaszczyźnie leksykalnej, ale także pragmatycznej, kształtujący się w relacji silnej zależności od języka angielskiego, przejmujący elementy leksyki innych odmian środowiskowych, a pod względem ekolingwistycznym podlegający presji globalizacyjnej, przedkładający potrzeby komunikacyjne (w tym precyzyjność i skrótowość komunikatu) nad skodyfikowane zasady poprawnościowe i podlegający nieustannej ewolucji.

6. SŁOWNIK

6.1. Założenia pragmatyczne słownika

6.1.1. Zasób leksykalny

Materiał zamieszczony w słowniku obejmuje słownictwo i jego konteksty tekstologiczne zebrane na podstawie ankiet, wywiadów oraz w trakcie obserwacji uczestniczącej. W niniejszej pracy zaprezentowano słownictwo obsługujące:

- komunikację oficjalną pisaną (poczta elektroniczna e-mail, tradycyjne listy oficjalne);
- komunikację oficjalną mówioną (spotkania biznesowe, szkolenia);
- komunikację nieoficjalną pisaną (czat wewnętrzny firmowy, poczta elektroniczna e-maile);
- komunikację nieoficjalną mówioną (spotkania podczas przerwy obiadowej, komunikacja codzienna między pracownikami firmy).

W celu zebrania słownictwa przez długi czas przeprowadzono regularne obserwacje tematycznych grup dyskusyjnych, zajmujących się pracą w korporacjach, slangiem korporacyjnym oraz startupami, aktywnych w mediach społecznościowych: Facebook, Twitter, Instagram. Były to:

- *Rozmowy o Startupach*;
- *Mordor na Domaniewskiej*;
- <http://korpoipsum.pl/>;
- <http://www.korpogadka.pl/>.

Ostatecznie w słowniku znalazły się wyrazy obce, które:

- nie zostały zmienione gramatycznie ani graficznie;
- nie zostały zmienione gramatycznie, tylko graficznie;
- uległy modyfikacji formalnej i graficznej.

Ponadto odnotowano leksemy polskie, które w ramach kodu wspólnotowego zmieniły znaczenie, formę graficzną lub gramatyczną. W ten sposób uwzględniono neologizmy:

- graficzne;
- formalne;

- semantyczne.

W zasobach leksykalnych zebrano także połączenia wyrazowe:

- pochodzące z języka obcego, zapożyczone bez zmian graficznych, formalnych i semantycznych;
- pochodzące z języka obcego, które w procesie zapożyczania poddano modyfikacji graficznej, formalnej lub semantycznej.

Najrzadziej w zebranych materiale występowały połączenia wyrazowe utworzone z polskich leksemów, których interpretacja semantyczna była zgodna z konwencją kulturową i komunikacyjną badanej wspólnoty.

6.1.2. Budowa artykułu hasłowego

Artykuły hasłowe są zredagowane według stałych schematów, a informacje w nim zawarte są uporządkowane zgodnie z wymogami danych kategorii. Hasłem jest jedno- lub wielowyrazowe określenie, odnotowane w trakcie badań. Artykuł hasłowy zawiera:

- informacje o pochodzeniu leksemu (genezie),
- informacje gramatyczne,
- znaczenie/znaczenia,
- przykłady użycia,
- odsyłacze (jeśli wymagał tego zebrany materiał).

W słowniku zastosowano, wspólny odsyłacz – zobacz (zob.), który przywołuje hasła bliskoznaczne i homonimiczne, występuje również w przypadkach, gdy leksem hasłowy nie jest definiowany, ponieważ treść danego artykułu jest tożsama z treścią artykułu, do którego odsyła. Warto też zauważyć, że odsyłacze nie kreują spójnej, schematycznej siatki. Dobór każdego odsyłacza wymagał odrębnej analizy i polegał na konceptualizacji obiektu oraz jego opisie, w wyniku czego tworzenie automatycznej siatki odsyłaczowej nie było zasadne, gdyż definicja ma odzwierciedlać pełny uformowany w danej wspólnocie komunikacyjnej obraz świata¹.

Wyraz hasłowy zapisany jest zgodnie z informacjami zawartymi w ankietach oraz analizowanych dokumentach pisanych. Jeśli odnotowano kilka form graficznych, wybierano najczęstszą, w przypadkach, gdy zmiany była sygnałem spolszczenia,

¹ E. Grzelak, *W poszukiwaniach Edenu...*, s. 27-28.

zamieszczano inne formy zgodnie z układem alfabetycznym, w takich przypadkach zamieszczono po przykładach użyć adekwatne odsyłacze. Połączenia wyrazowe potraktowano jako odrębne hasła i są one usytuowane zgodnie z układem alfabetycznym.

Artykuł hasłowy zawiera informację dotyczącą genezy danego wyrazu, są to leksemy będące wyrazami obcymi, pochodzące z języka obcego lub powstałe w procesie słowotwórczym w ramach języka polskiego. Brak informacji genetycznych przy wyrazach hasłowych w postaci połączeń wyrazowych, gdy składowymi połączenia są słowa zadomowione w języku polskim, a ich znaczenie i forma w danym połączeniu wyrazowym nie uległy zmianie. Informacje o pochodzeniu wyrazów obcych zadomowionych w języku polskim, jako niewpływające na ich ocenę ze względów ekolingwistycznych, podawane będą w nawiasie.

Zamieszczone w artykule hasłowym informacje gramatyczne są zgodne z użyciem odnotowanym w zebranych i analizowanych tekstach, pozyskanych w trakcie wywiadów oraz zarejestrowanych w czasie obserwacji uczestniczącej. Informacje gramatyczne przy wyrazach hasłowych w formie połączeń wyrazowych zamieszczone są tylko w odniesieniu do członu odmiennego. W wielu przypadkach podane formy zależne nie są zgodne z obowiązującym polskim systemem fleksyjnym, co potwierdza zawartą w omówieniu tezę, że aktualnie w ramach omawianego kodu tworzona jest nowa norma językowa.

Definicja artykułu hasłowego została ujęta w pojedynczy cudzysłów apostrofowy (‘’), a przykłady użycia wyróżnione zostały kursywą.

Finalnie struktura artykułu hasłowego, została zaprojektowana następująco:

[**hasło**] – [geneza] [‘znaczenie w języku oryginalnym’]; [część mowy i rodzaj lub aspekt], [odmiana];
[‘znaczenie w branży IT’]: [*Przykład użycia*].
[odsyłacze]

W przypadku wyrazów i połączeń wyrazowych, które podlegają odmianie, w artykule hasłowym zaprezentowano dla rzeczowników formy gramatyczne: rodzaj, dopełniacz liczby pojedynczej, mianownik liczby mnogiej, dopełniacz liczby mnogiej. Dla czasowników wskazywano: aspekt dokonany/niedokonany oraz formę pierwszej osoby czasu teraźniejszego, drugiej osoby czasu teraźniejszego, drugiej osoby trybu rozkazującego i trzeciej osoby czasu przeszłego. Dla przymiotników nie wskazano form gramatycznych.

Znaczenia leksemów zebranych w artykułach hasłowych wynikają z kontekstu użycia, pochodzą też z informacji zawartych w ankietach oraz przekazanych w wywiadach. Niekiedy są oparte na definicjach, które można odnaleźć w słownikach, natomiast w większości są to definicje własne.

Przy każdym znaczeniu znajdują się przykłady użycia kontekstowych omawianych leksemów. Przykłady zostały zarejestrowane w trakcie badań.

Po przykładach użycia zamieszczono odsyłacze do wyrazów bliskoznacznych lub powiązanych semantycznie z omawianym leksemem, także do form różniących się tylko graficznie.

Przy opracowaniu artykułów hasłowych wykorzystywano wiele słowników, które wspomogły proces identyfikacji i wyodrębnienia słownictwa wspólnotowego oraz jego modyfikacji semantycznych, między innymi są to:

- *English digital dictionary*²,
- *Internetowy słownik języka polskiego PWN*³,
- *Internetowy słownik języka polskiego SJP*⁴,
- *Merriam-Webster dictionary*⁵,
- *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*⁶,
- *Słownik terminologii medialnej*⁷,
- *Wielki słownik języka polskiego PAN [internetowy]*⁸,
- *Wielki słownik wyrazów obcych PWN*⁹.

6.1.3. Rozwiązanie skrótów stosowanych w słowniku

ang. – angielski

czas. – czasownik

D. l. poj. – dopełniacz liczby pojedynczej

D. l. mn. – dopełniacz liczby mnogiej

² *English digital dictionary*, <https://www.dictionary.com> [dostęp 2015-2023].

³ *Internetowy słownik języka polskiego PWN*, <http://sjp.pwn.pl> [dostęp 2015-2023].

⁴ *Internetowy słownik języka polskiego SJP*, <http://sjp.pl> [dostęp 2015-2023].

⁵ *Merriam-Webster dictionary*, <https://www.merriam-webster.com> [dostęp 2015-2023].

⁶ *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, red. H. Zgólkowa, Poznań 1994-2005.

⁷ *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006.

⁸ *Wielki słownik języka polskiego PAN*, <https://www.wsjp.pl> [dostęp 2015-2023].

⁹ *Wielki słownik wyrazów obcych PWN*, red. M. Bańko, Warszawa 2015.

dok. – dokonany
dosł. – dosłowne
fr. – francuski
gr. – grecki
itd. – i tak dalej
itp. – i temu podobne
jap. – japoński
łac. – łacina
M. l. mn. – mianownik liczby mnogiej
m. in. – między innymi
mln. – milionów
niedok. – niedokonany
niem. – niemiecki
norw. – norweski
np. – na przykład
poch. – pochodny
pot. – potoczny
przym. – przymiotnik
przysł. – przysłówek
red. – redaktor
rys. – rysunek
rzecz. – rzeczownik
rzecz. r. m. – rzeczownik rodzaju męskiego
rzecz. r. n. – rzeczownik rodzaju nijakiego
rzecz. r. ż. – rzeczownik rodzaju żeńskiego
sansk. – sanskryt
stgr. – starogrecki
tłum. – tłumacz
tzw. – tak zwany
wł. – włoski
wykrz. – wykrzyknik
zob. – zobacz

6.2. Artykuły hasłowe

A

abonament – (z fr. abonnement ‘opłata z góry za otrzymywanie lub użytkowanie czegoś’); rzecz. r. m., D. l. poj. abonamentu, M. l. mn. abonamenty, D. l. mn. abonamentów;

‘stałe prawo do korzystania z usługi świadczonej przez firmę IT, opłacanej z góry’: *Abonament na aktualizację systemu. Przedłużenie abonamentu licencji na oprogramowanie. Klient wykupił abonament na stałą aktualizację systemu.*

zob. subskrypcja

account – z ang. account ‘konto’, ‘rachunek’, ‘relacja’; rzecz. r. m., D. l. poj. accounta, M. l. mn. (accounci), D. l. mn. accountów;

‘osoba odpowiedzialna za utrzymanie kontaktów z klientami firmy IT oraz przekazywanie zamówień i uwag od klienta do odpowiednich działów firmy’: *Być accountem, to być maszyną do przekazywania maili. Od accounta wymaga się zrozumienia klienta.*

zob. account manager, key account, junior account, senior account, ekant, ekancica

account manager – z ang. account manager ‘opiekun klienta’; odmienny tylko drugi człon: manager, D. l. poj. managera, M. l. mn. managerowie/managerzy, D. l. mn. managerów;

‘pracownik zarządzający działem obsługi klienta’: *Forward manager niewiele ma wspólnego z myśleniem, tak ważnym w pracy account managera.*

zob. account

accountant – z ang. accountant ‘księgowy’;

‘księgowy w firmie IT’: *Ile zarabia accountant? Co należy do podstawowych obowiązków pracownika na stanowisku accountant?*

zob. accountant assistant, senior accountant, junior accountant

accountant assistant – z ang. accountant assistant ‘pomocnik księgowego’;

‘asystent osoby, prowadzącej księgowość w firmie IT’: *Pracę na stanowisku accountant assistant może rozpocząć każdy absolwent uczelni ekonomicznej w Polsce.*

zob. accountant, accountant asystent

accountant asystent – z ang. accountant assistant ‘pomocnik księgowego’; odmienny tylko drugi człon: asystent, D. l. poj. asystenta, M. l. mn. asystenci, D. l. mn. asystentów;
‘asystent osoby, prowadzącej księgowość w firmie IT’: *Proszę o przeszkolenie również accountant asystentów do pracy w nowym programie finansowo-księgowym.*
zob. accountant, accountant assistant

AdBlock – nazwa własna, poch. od ang. advertisement blocker ‘blokowanie reklamy’, rzecz. r. m., D. l. poj. adblocka, M. l. mn. adblocki, D. l. mn. adblocków;
‘wtyczka, mini-program lub rozszerzenie funkcjonalności przeglądarki internetowej, umożliwiające ograniczenie/blokowanie wyświetlania reklam’: *Zainstaluj sobie AdBlocka, żeby nie oglądać te reklamy.*

ad hoc – z łac. ad hoc ‘dla tego’;

‘w odniesieniu do działania czy rozwiązania określonego celu, problemu lub zadania: doraźnie, tymczasowo’: *Wrzutka do kolejki ad hoc. Musimy podjąć działania ad hoc, żeby rozwiązać powstały problem.*

admin – z ang. admin ‘administrator sieci, strony internetowej’; rzecz. r. m., D. l. poj. admina, M. l. mn. admini, D. l. mn. adminów;

1. ‘osoba fizyczna lub prawna, jednostka organizacyjna lub inny podmiot, nadzorujące funkcjonowanie strony internetowej albo całego systemu informatycznego w firmie’: *Napisz do admina, żeby zresetował hasło do konta. Uzyskać uprawnienia admina w celu wprowadzenia zmian w konfiguracji.*

2. ‘specjalne konto użytkownika w systemie informatycznym, który posiada najszerszy zakres praw w danym systemie’: *Wejść do panelu admina i podmień grafikę.*

zob. administrator

administrator – (z łac. administrator ‘zarządca’); w analizowanym leksykonie także z ang. administrator ‘zarządca’; rzecz. r. m., D. l. poj. administratora, M. l. mn. administratorzy, D. l. mn. administratorów;

1. ‘użytkownik posługujący się specjalnym kontem w systemie informatycznym, który posiada najszerszy zakres praw w danym systemie’: *Wejść na administratora i zmienić hasło.*

2. ‘osoba fizyczna lub prawna, jednostka organizacyjna lub inny podmiot, nadzorujące poprawne funkcjonowanie strony internetowej lub całego systemu informatycznego w firmie’: *Administrator systemu chwilowo wyłączył dostęp. Napisać zgłoszenie do administratora.*

zob. admin

adres IP – z ang. IP address ‘adres protokołu internetowego’; odmienny tylko pierwszy człon: adres, D. l. poj. adresu, M. l. mn. adresy, D. l. mn. adresów;

‘unikatowy numer przypisany do każdego urządzenia, identyfikujący go w sieciach komputerowych’: *Czy wiesz, jaki mam adres IP? Daj mi [adres] IP dla połączenia do sieci.*

zob. IP

adres e-mail – z ang. e-mail address ‘adres poczty elektronicznej’; odmienny tylko pierwszy człon: adres, D. l. poj. adresu, M. l. mn. adresy, D. l. mn. adresów;

‘adres poczty elektronicznej’: *Podaj mi swój adres e-mail, podeślę ci materiały ze spotkania. Wykorzystujemy adresy e-mail naszych subskrybentów w kampaniach reklamowych.*

zob. adres mailowy

adres mailowy – z ang. e-mail address ‘adres poczty elektronicznej’; D. l. poj. adresu mailowego, M. l. mn. adresy mailowe, D. l. mn. adresów mailowych;

‘adres poczty elektronicznej’: *Podeślę wytyczne do projektu na twój adres mailowy.*

zob. adres e-mail, e-mail, mail

Adwords – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. adwordsa, M. l. mn. adwordsy, D. l. mn. adwordsów;

‘system reklamowy od Google, przeznaczony do tworzenia kampanii reklamowych w Internecie’: *Zrobiłam czadowe adwordsy. Prześlij mi mockup adwordsów.*

afiliacja – (z łac. affilatio ‘usynowienie’); w analizowanym leksykonie także z ang. affiliation ‘powiązanie’; rzecz. r. ż., D. l. poj. afiliacji, M. l. mn. afiliacje, D. l. mn. afiliacji;

‘rodzaj partnerskiej współpracy reklamodawcy z właścicielem strony internetowej, bloga lub innego medium, które generuje ruch lub sprzedaż dla reklamodawcy, w wyniku której afiliant otrzymuje prowizję’: *Zarabiam na afiliacji. Podłączyć afiliację.*

zob. program afiliacyjny, afiliant

afiliant – (z łac. affiliatio ‘usynowienie’); rzecz. r. m., D. l. poj. afilianta, M. l. mn. afilianci, D. l. mn. afiliantów;

‘użytkownik programu partnerskiego, który w wyniku współpracy otrzymuje prowizję’: *Afilianci programu partnerskiego Amazona otrzymują sporą prowizję. Jako afiliant wiesz jak bardzo ważna jest twoja reputacja w sieci.*

zob. afiliacja, program afiliacyjny

agencja – (z łac. agere ‘działać’); por. ang. agency ‘agencja’; rzecz. r. ż., D. l. poj. agencji, M. l. mn. agencje, D. l. mn. agencji;

‘firma świadcząca wyraźnie zdefiniowane usługi na zlecenie innych osób lub firm’: *Zlecimy reklamę jakiejś agencji. Zamówić wykonanie strony przez agencję.*

zob. agencja reklamowa, agencja interaktywna, agencja digitalowa, agencja piarowa, agencja marketingowa, agencja PR

agencja digitalowa – z ang. digital agency ‘cyfrowa agencja’; D. l. poj. agencji digitalowej, M. l. mn. agencje digitalowe, D. l. mn. agencji digitalowych;

‘firma świadcząca kompleksowe usługi na zlecenie, w obszarze cyfrowych mediów, w zakresie jej usług znajdują się: reklama internetowa, SEO, SEM, marketing internetowy itp.’: *Nasza agencja należy do przodujących agencji digitalowych w Polsce. Jesteśmy dominującą na rynku digitalową agencją reklamową.*

zob. agencja interaktywna, agencja reklamowa, agencja piarowa, agencja marketingowa, agencja PR,

agencja interaktywna – D. l. poj. agencji interaktywnej, M. l. mn. agencje interaktywne, D. l. mn. agencji interaktywnych;

‘firma świadcząca usługi na zlecenie, zajmująca się kreowaniem, promowaniem oraz wspomaganie działań marki w Internecie’: *Nasza agencja interaktywna tworzy sklepy internetowe oraz platformy aukcyjne.*

zob. agencja digitalowa, agencja marketingowa, agencja PR, agencja reklamowa, agencja piarowa

agencja marketingowa – D. l. poj. agencji marketingowej, M. l. mn. agencje marketingowe, D. l. mn. agencji marketingowych;

‘firma świadcząca usługi na zlecenie w zakresie marketingu’: *Współpraca z agencją marketingową oferuje full service w budowaniu wizerunku całej firmy.*

zob. agencja interaktywna, agencja digitalowa, agencja reklamowa, agencja piarowa, agencja PR

agencja piarowa – z ang. public relations agency ‘agencja do spraw kontaktów z otoczeniem’; D. l. poj. agencji piarowej, M. l. mn. agencje piarowe, D. l. mn. agencji piarowych;

‘firma świadcząca usługi w zakresie reklamy’: *Uważam, że promowanie naszej marki trzeba zlecić do agencji piarowej.*

zob. agencja reklamowa, agencja digitalowa, agencja marketingowa, agencja interaktywna, agencja PR

agencja PR [pi-ar] – z ang. public relations agency ‘agencja do spraw kontaktów z otoczeniem’; odmienny pierwszy człon: D. l. poj. agencji, M. l. mn. agencje, D. l. mn. agencji;

‘firma świadcząca usługi w zakresie reklamy’: *Polecam agencję PR. Znam bardzo dobrą agencję PR. Agencja PR godna polecenia.*

zob. agencja interaktywna, agencja reklamowa, agencja piarowa, agencja marketingowa, agencja digitalowa

agencja reklamowa – D. l. poj. agencji reklamowej, M. l. mn. agencje reklamowe, D. l. mn. agencji reklamowych;

‘firma świadcząca usługi na zlecenie, ukierunkowane na podtrzymanie i rozwój już stworzonej oraz rozpoznawalnej marki’: *Zwróćmy się do agencji reklamowej, żeby zwiększyć sprzedaż naszych produktów.*

zob. agencja piarowa, agencja interaktywna, agencja PR, agencja marketingowa, agencja digitalowa

agenda – z ang. agenda ‘terminarz’, ‘porządek dzienny’; rzecz. r. ż., D. l. poj. agendy, M. l. mn. agendy, D. l. mn. agend;

‘plan spotkania lub zebrania, zakres problemów i tematów przygotowanych do przeanalizowania na spotkaniu lub w trakcie telekonferencji w firmie IT, także zakres szkolenia’: *Spójrzmy na agendę dzisiejszego spotkania. Agenda szkolenia klienta. Wysłać agendę przed spotkaniem.*

Agile – z łac. agile ‘zwinny’, ‘sprawny’, nazwa własna, rzecz. r. m., nieodmienny;

‘zbiór metod adaptacyjnego zarządzania projektami oraz narzędzi stosowanych w zarządzaniu złożonymi i innowacyjnymi projektami, które są określane jako zwinne, lekkie lub elastyczne’: *Zrobiłem kurs z Agile. W pracy naszego zespołu wykorzystujemy Agile.*

akcelerator – z ang. accelerator ‘urządzenie przyspieszające’; rzecz. r. m., D. l. poj. akceleratora, M. l. mn. akceleratory, D. l. mn. akceleratorów;

‘narzędzie wspierania przedsiębiorczości, które polega na specjalistycznym programie szkoleniowym, celem którego jest przyspieszenie tempa wzrostu wybranych startupów’: *Skorzystamy z akceleratora, żeby rozpędzić nasz pomysł.*

akcept – (z łac. acceptus ‘przyjęty’); poch. od akceptacja; rzecz. r. m., D. l. poj. akcepta, M. l. mn. akcepty, D. l. mn. akceptów;

‘zgoda na działanie lub pozytywna aprobata zapytania lub wniosku w firmie IT’: *Przełożony klepnął akcept na wniosku.*

aktualizacja – (z łac. actualitas ‘urzeczywistnianie’); rzecz. r. ż., D. l. poj. aktualizacji, M. l. mn. aktualizacje, D. l. mn. aktualizacji;

‘uwspółcześnianie programu komputerowego, modyfikacja starszej wersji programu, wprowadzenie najnowszej wersji programu’: *Zrób aktualizację automatem. Dziś zaplanowano aktualizację [oprogramowania].*

zob. update, aktualizować

aktualizować – poch. od aktualizacja; czas. niedok., aktualizuję, aktualizujesz, aktualizuj, aktualizował;

‘wprowadzać nową wersję istniejącego produktu, najczęściej oprogramowania’: *Włączam przerwę techniczną, ponieważ aktualizuję oprogramowanie.*

zob. aktualizacja, update, updatować

alert – (z fr. alerte ‘alarm’); w analizowanym leksykonie także z ang. alert ‘alarm’; rzecz. r. m., D. l. poj. alertu, M. l. mn. alerty, D. l. mn. alertów;

‘powiadomienie lub poinformowanie użytkownika poprzez program komputerowy, mobilny nośnik lub za pomocą strony internetowej o czymś nowym, nagłym/ważnym wydarzeniu, będące konsekwencją monitorowania, które wcześniej zainstalowano i włączono w ustawieniach’: *Na stronie internetowej zazwyczaj wcześniej trzeba subskrybować, żeby otrzymywać alerty. Alerty burzowe otrzymuje na telefon. System alertów jest na stronie.*

alias – (z łac. alias ‘albo’); w analizowanym leksykonie także z ang. alias ‘nazwa zastępcza’; rzecz. r. m., D. l. poj. aliasu, M. l. mn. aliasy, D. l. mn. aliasów;

‘dodatkowy identyfikator użytkownika, konta lub inny adres sieciowy, określający ten sam obiekt, przeważnie używany, jako dodatkowy adres e-mail przypisany do tego samego konta’: *Podłącz mi nowe aliasy pocztowe.*

zob. adres e-mail,

analityka – (z gr. analytika ‘podział na zbiory, części’); z ang. analytic ‘analityczny’; rzecz. r. ż., D. l. poj. analityki, M. l. mn. analityki, D. l. mn. analityk;

‘internetowe narzędzie do analizy statystyk serwisów WWW, udostępniane przez firmę Google’: *Sprawdzić zachowanie użytkowników w analityce googla.*

zob. analytics

Analytics – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. analytica, M. l. mn. analyticy, D. l. mn. analyticsów;

‘internetowe narzędzie do analizy statystyk serwisów WWW, udostępniane przez firmę Google’: *Źródła ruchu należy analizować w Analyticsie. Sprawdzić w analyticsie konwersję na stronie.*

zob. analityka

Android – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. Androida, M. l. mn. Androidy, D. l. mn. Androidów;

1. ‘nazwa własna mobilnego systemu operacyjnego’: *Preferuję android zamiast ios.*

Robimy appkę na Android.

2. ‘zespół zajmujący się pracą nad systemem Android w firmie IT’: *Zgłoś ten błąd do Androidów. Danym tematem zajmie się dział Android.*

anioł biznesu – z ang. business angel ‘inwesor prywatny’; odmienny tylko pierwszy człon: anioł, D. l. poj. anioła, M. l. mn. anioły, D. l. mn. aniołów;

‘inwestor prywatny w startup’: *Ten startup został przejęty przez anioły biznesu, trzymamy kciuki za nich.*

apka – poch. od aplikacja; rzecz. r. ż., D. l. poj. apki, M. l. mn. apki, D. l. mn. apek;

‘program komputerowy albo mobilny będący odrębnym produktem, który niesie konkretną funkcjonalność dla użytkownika’: *Zainstalować apkę. Ściągnij apkę na telefon. Wypuściliśmy nową apkę. Odpalić apkę w przeglądarce.*

zob. aplikacja, aplikacja webowa, aplikacja mobilna, program, appka

aplikacja – (z łac. applicatio ‘przykładanie się do czegoś’); z ang. application ‘zastosowanie’, rzecz. r. ż., D. l. poj. aplikacji, M. l. mn. aplikacje, D. l. mn. aplikacji;

‘program komputerowy albo mobilny, czy ich zestaw, będący odrębnym produktem, który niesie konkretną funkcjonalność dla użytkownika’: *Zainstalować aplikację na smartfonie.*

zob. apka, aplikacja webowa, aplikacja mobilna, program

aplikacja mobilna – z ang. mobile application ‘program dla urządzeń mobilnych’, D. l. poj. aplikacji mobilnej, M. l. mn. aplikacje mobilne, D. l. mn. aplikacji mobilnych;

‘program stworzony dla urządzeń mobilnych’: *Tworzenie aplikacji mobilnej.*

zob. apka, aplikacja webowa

aplikacja webowa – z ang. web application < ang. application ‘zastosowanie’ + ang. web ‘sieć internetowa’, D. l. poj. aplikacji webowej, M. l. mn. aplikacje webowe, D. l. mn. aplikacji webowych;

‘program komputerowy, który odtwarzany jest w przeglądarce internetowej’: *Wdrożenie aplikacji webowej.*

zob. apka, aplikacja mobilna

aplikować – (z łac. applico ‘przykładam się do czegoś’); z ang. apply ‘ubiegać się’,

‘odnosić się’, ‘używać’, czas. niedok., aplikuję, aplikujesz, aplikuj, aplikował;
‘ubiegać się o coś, np. o udział w szkoleniu, konferencji lub też składać podanie o pracę’:
Aplikuję na nowe stanowisko w branży marketingowej.

appka – z ang. application; rzecz. r. ż., D. l. poj. appki, M. l. mn. appki, D. l. mn. appek;
‘program przeznaczony do urządzeń mobilnych’: *Pobierz appkę na telefon. Można zarejestrować się przez appkę. Ściągnij appkę z AppStora*
zob. aplikacja, aplikacja webowa, aplikacja mobilna, program, apka, AppStore

App Store – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. app store'a, M. l. mn. app store'y, D. l. mn. app store'ów;
‘nazwa sklepu internetowego, w którym są oferowane aplikacje mobilne dla systemu iOS’:
Na appstorze jest do pobrania nasza aplikacja.

approval – z ang. approval ‘zatwierdzenie’;
‘akceptacja, aprobata czegoś lub zgoda na coś’: *Dostałem approval od przełożonego na wyjazd. Przyszedł approval projektu od klienta.*

architekt systemu – z ang. system architect ‘osoba projektująca system informatyczny’;
odmienny tylko pierwszy człon: architekt, D. l. poj. architekta, M. l. mn. architekci, D. l. mn. architektów;
‘osoba odpowiedzialna za główną koncepcję tworzenia systemu informatycznego’:
Spotkanie z architektem systemu. Zaprosić architekta na calla.

assignment – z ang. assignment ‘przypisanie’, ‘przydział’, ‘zadanie’; rzecz. r. ż.;
‘zadanie lub praca do wykonania dla pracownika w firmie IT’: *Zmienili nam assignment na inwestycje problemów; dostałem assignment po spotkaniu.*
zob. esajment

ataczować – z ang. attach ‘dołączać’, ‘przyczepić’, czas. niedok., ataczuję, ataczujesz, ataczuj, ataczował;
‘dodawać załączniki do czegoś lub dołączać dodatkowe dokumenty do korespondencji’:
Atacznę ci te doki we wczorajszym mailu; chciałbym się jakoś zaataczować do procesu tak jak to się robi w aplikacjach desktopowych.

audyt – (z łac. audyt ‘przeгляд’); w analizowanym leksykonie także z ang. audit ‘kontrola; przeгляд’, rzecz. r. m., D. l. poj. audytu, M. l. mn. audyty, D. l. mn. audytów;

‘kompleksowa, restrykcyjna kontrola finansów w firmie’: *Dziś mamy audyt w firmie.*

zob. audit

audit – z ang. audit ‘kontrola; przeгляд’, rzecz. r. m., D. l. poj. auditu, M. l. mn. audits, D. l. mn. auditów;

‘działanie mające na celu wykazać zgodność systemu zarządzania jakością z wymaganiami normy’: *Audit jakości służy przeprowadzeniu niezależnej i bezstronnej oceny przebiegu procesów w organizacji.*

zob. audyt

automatyzacja – (z gr. automatos ‘samoczynny’); por. ang. automation ‘system automatyczny’; rzecz. r. ż., D. l. poj. automatyzacji, M. l. mn. automatyzacje, D. l. mn. automatyzacji;

‘wprowadzenie metod usprawnienia przebiegu procesów w programach komputerowych lub relacjach i procesach firmowych za pomocą narzędzi informatycznych, które zastępują niezbędność pracy ludzkiej’: *Automatyzacja funkcji wysyłania maili. Automatyzacja logowania.*

autorefresh – z ang. autorefresh ‘automatyczne odświeżanie’; rzecz., nieodmienny;

‘automatyczne odświeżanie lub przeładowanie strony internetowej czy ekranu aplikacji zgodnie z wcześniej zaplanowanym algorytmem’: *Będzie autorefresh na ekranie szczegółów zamówienia.*

autoresponder – z ang. automatic response ‘automatyczna odpowiedź’ rzecz. r. m., D. l. poj. autorespondera, M. l. mn. autorespondery, D. l. mn. autoresponderów;

‘zautomatyzowana funkcja programu pocztowego, służąca do wysyłania automatycznej wiadomości lub odpowiedzi o określonej wcześniej treści’: *Pamiętaj żeby ustawić autoresponder, przed pójściem na urlop. Ustaw wysyłanie oferty przez autorespondera po zapisie do newslettera.*

awatar – z ang. avatar ‘alter ego’ < z sanskr. avatāra ‘zstępować’ rzecz. r. m., D. l. poj. awatara, M. l. mn. awatary, D. l. mn. awatarów;
‘zindywidualizowana cyfrowa treść wizerunku użytkownika w Internecie symbolizująca jego tożsamość’: *Ustawiłem sobie nowy awatar na FB.*

B

backend – z ang. back-end ‘nie widoczna dla użytkownika część programu’, rzecz. r. m., D. l. poj. backendu, M. l. mn. backendy, D. l. mn. backendów;
‘panel administracyjny lub zaplecze techniczne strony internetowej niewidoczne dla zwykłego użytkownika’: *Od strony backendu jest wszystko ogarnięte.*

backendowiec – z ang. back-end ‘nie widoczna dla użytkownika część programu’, rzecz. r. m., D. l. poj. backendowca, M. l. mn. backendowcy, D. l. mn. backendowców;
‘osoba zajmująca się programowaniem części programu komputerowego pod nazwą backend’: *Oni mają cały dział backendowców. Backendowcy skończyli swoje prace, teraz możemy kontynuować z kolejnymi zadaniami.*

backlog – z ang. backlog ‘rejestr zaległości’, rzecz. r. m., D. l. poj. backlogu, M. l. mn. backlogi, D. l. mn. backlogów;
‘wykaz zagadnień, którymi będzie się zajmował zespół dla osiągnięcia celu, stworzenia konkretnego produktu albo wykaz zaległych zagadnień do wykonania’: *Określić najważniejsze elementy backlogu produktu przeznaczone do wykonania w nadchodzącym sprincie. Backlog ciągle rośnie.*

back office – z ang. back office ‘zaplecze biurowe’;
‘wydzielona część korporacji, gdzie przeprowadzane są procesy dotyczące wsparcia w prawidłowym i sprawnym funkcjonowaniu samej organizacji’: *Nasz back office znajduje się w innej części miasta.*
zob. middle office

backstage – z ang. backstage ‘obszar za sceną’; rzecz.;;
‘przenośne określenie zaplecza pracy nad jakimś projektem’: *Backstage z sesji biznesowo wizerunkowej.*

backup – z ang. backup ‘kopia zapasowa’, rzecz. r. m. D. l. poj. backupa, M. l. mn. backupsy, D. l. mn. backupów;

1. ‘kopia zapasowa danych’: *Pamiętajcie o regularnych backupach bazy danych;*
2. ‘praca na zastępstwo lub osoba, która może przejąć obowiązki i zastąpić pracownika wykonując pracę na jego stanowisku na czas nieobecności’: *Załatw sobie backup na czas nieobecności.*

backupować – z ang. backup ‘kopia zapasowa’, czas. niedok., backupuję, backupujesz, backupuj, backupował;

‘robić kopię zapasową jakichkolwiek danych’: *W dokumentacji projektu uwzględniamy potrzebę regularnie backupować dane. Jeśli chodzi o kwestie backupu, to backupowana jest tylko baza.*

zob. backup

badź – z ang. badge ‘znaczek’, rzecz. r. m. D. l. poj. badża, M. l. mn. badże, D. l. mn. badży / badżów;

1. ‘identyfikator, przepustka lub magnetyczna karta identyfikacyjna, która umożliwia pracownikowi wejście do firmy, logowanie do systemu oraz za jej pomocą może być rejestrowany czas pracy’: *Znalazłem twój badża w fan roomie.*
2. ‘graficzne oznaczenie czegoś w programach komputerowych’: *status zaakceptowanego dokumentu jest oznaczony badżem.*

bajt – z ang. byte ‘jednostka informacji’ rzecz. r. m., D. l. poj. bajta, M. l. mn. bajty, D. l. mn. bajtów;

‘podstawowa jednostka ilości informacji (pamięci) przyjęta w większości komputerów złożona z 8 bitów’: *Każdy pliczek zajmuje kilka bajtów.*

ban – z ang. ban ‘zakaz’ rzecz. r. m., D. l. poj. bana, M. l. mn. bany, D. l. mn. banów; ‘blokowanie publikacji, użytkownika lub jakiegokolwiek innego materiału w Internecie, które są niezgodne z regulaminem strony lub prawem. Zazwyczaj stosowane jest przez administratora strony lub serwisu internetowego lub na podstawie zgłoszeń innych użytkowników’: *Proszę stosować się do regulaminu, bo dostaniesz bana. Dostałem bana za wpis na fb.*

zob. banować / zbanować

banować/zbanować – z ang. ban ‘zakaz’, czas. niedok./dok., banuję/zbanuję, banujesz/zbanujesz, banuj/zbanuj, banował/zbanował;

‘świadomie blokować uznane za niepożądane treści w Internecie’: *Zbanowali mi konto na miesiąc.*

zob. ban

baner – z ang. banner ‘transparent’, ‘sztandar’, rzecz. r. m. D. l. poj. banera, M. l. mn. banery, D. l. mn. banerów;

‘graficzna forma przekazania treści informacyjnych lub reklamowych’: *Dodać nowy banner na froncie. Omówmy co ma się znaleźć na banerach.*

benefit – (z łac. bene ‘dobrze’ i facere ‘robić’); w analizowanym leksykonie także z ang. benefit ‘dodatkowa korzyść’; rzecz. r. m., D. l. poj. benefitu, M. l. mn. benefity, D. l. mn. benefitów;

‘dodatkowe przywileje, bonusy do głównego wynagrodzenia w firmie IT’: *Dostać benefit za wykonanego taska. Otrzymać benefity w nowej firmie. W tej firmie nie ma żadnych benefitów oprócz karty sportowej.*

beta tester – z ang. beta tester, rzecz. r. m., D. l. poj. beta testera, M. l. mn. beta testerzy, D. l. mn. beta testerów;

‘osoba, która sprawdza oprogramowanie lub produkt informatyczny pod kątem jakości, wydajności oraz stabilności przed jego wydaniem’: *Poprosić u beta testerów raporty testowania.*

beta testowanie – z ang. beta testing, rzecz. r. m., D. l. poj. beta testowania, M. l. mn. beta testowania, D. l. mn. beta testowań;

‘produkcyjne testowanie produktu informatycznego przez potencjalnego użytkownika końcowego czy klienta poza organizacją wytwórczą, w celu sprawdzenia, czy produkt jest zgodny z jego oczekiwaniami’: *Przekazujemy program do beta testowania.*

zob. testować, test

będzie git – git pot.: ‘w porządku’, ‘super’, nieodmienny;

wyrażenie potoczne ‘wszystko będzie w porządku lub będzie dobrze’: *Jak skończę tego taska to będzie git. Prześlij mi brief do końca dnia i będzie git.*

biblioteka – (z gr. bibliothēke ‘zbiór ksiąg’); rzecz. r. ż., D. l. poj. biblioteki, M. l. mn. biblioteki, D. l. mn. bibliotek;

‘poszczególne elementy programistyczne w formie pliku, zbiór takich elementów jest wykorzystywany przez programy komputerowe przeważnie do tworzenia aplikacji, polegające na połączeniu ich w jedną całość, co również zaoszczędza czas i ułatwia pracę’:

Wykorzystywanie bibliotek ma swoje wady i zalety. Nie używamy bibliotek w naszym kodzie. Dana biblioteka straciła wsparcie, nie możemy z niej skorzystać.

zob. framework

big data – z ang. big data ‘duże dane’;

‘dziedzina wiedzy lub dział firmy, zajmujący się przetwarzaniem i analizą dużych zbiorów danych’: *Zapytam o daną analizę u big data. Przekaze zadanie do big data.*

bitcoin – z ang. bitcoin ‘kryptowaluta’ < ang. bit ‘najmniejsza jednostka informacji’, ang. coin ‘moneta’, rzecz. r. m. D. l. poj. bitcoina, M. l. mn. bitcoiny, D. l. mn. bitcoinów;

‘najbardziej popularna krypto waluta, czyli waluta wirtualna wprowadzona w 2009 r. przez Satoshi Nakamoto’: *W obecne czasy to można nawet pizzę kupić za bitcoiny.*

zob. kryptowaluta

biznes – z ang. business ‘przedsięwzięcie ekonomiczne’; rzecz. r. m. D. l. poj. biznesu, M. l. mn. biznesy, D. l. mn. biznesów;

1. ‘działalność gospodarcza mająca na celu otrzymanie zysku’: *Janusz biznesu. Co za biznesy tam masz?*

2. ‘potoczne określenie zarządczej części w strukturze organizacyjnej firmy, do której zazwyczaj wchodzi osoby decyzyjne, np. prezes, zarząd, menedżerowie wyższego szczebla’: *Uzyskać opinię od biznesu. Biznes zaakceptował scope projektu.*

bla bla bla – z ang. blah blah, wykrz.;

‘(i inne) słowa, które niewiele znaczą’: *Najpierw wydawało mi się, że muszę robić karierę, bla, bla bla, a potem okazało się, że rodzina jest ważniejsza.*

blacklista – z ang. blacklist ‘czarna lista’, rzecz. r. ż. D. l. poj. blacklisty, M. l. mn. blacklisty, D. l. mn. blacklist;

‘lista osób, odbiorców, nadawców adresów e-mail, dostawców lub czegoś innego, które nie są akceptowane, ich należy unikać i nie ufać’: *Irytujących nadawców reklamy wrzuciliśmy do blacklisty.*

blog – z ang. web log ‘dziennik sieciowy’, rzecz. r. m., D. l. poj. bloga, M. l. mn. blogi, D. l. mn. blogów;

‘rodzaj strony internetowej składającej się z samodzielnych, uporządkowanych wpisów, twórcą których jest właściciel bloga’: *Musimy zaplanować nowy wpis na bloga.*

zob. bloger, blogerka, blogować, blogowanie, blogowy, vlog, vloger, vlogerka

bloger – z ang. blogger ‘ktoś, kto pisze content na blogu’, rzecz. r. m.; D. l. poj. blogera, M. l. mn. blogerzy, D. l. mn. blogerów;

‘osoba pisząca dziennik internetowy’: *Mój znajomy jest świetnym blogerem.*

zob. vloger

blogerka – z ang. blogger ‘ktoś, kto pisze content na blogu’, rzecz. r. ż., D. l. poj. blogerki, M. l. mn. blogerki, D. l. mn. blogerek;

‘kobieta pisząca content na bloga’: *Ta blogerka jest ekspertem w naszej dziedzinie.*

zob. bloger

blogować – z ang. blog, czas. niedok., bloguję, blogujesz, bloguj, blogował;

‘prowadzić bloga’: *Bloguję na temat lifestyle.*

zob. blog, bloger, blogerka, blogowanie vlog, vloger, vlogerka

blogowanie – z ang. blog, rzecz. r. m. D. l. poj. blogowania, M. l. mn. blogowania, D. l. mn. blogowań;

‘prowadzenie bloga’: *Zajmuję się blogowaniem. Historia blogowania w Polsce.*

zob. blog, bloger, blogerka, blogować, blogowy, vlog, vloger, vlogerka

blogowy – z ang. blog, przym.;

‘określający pochodzenie z bloga, związane z blogiem’: *Wpis blogowy. Konferencja blogowa.*

zob. blog, bloger, blogerka, blogowanie vlog, vloger, vlogerka

board – z ang. rzecz. r. m. D. l. poj. boardu, M. l. mn. boardy, D. l. mn. boardów;

1. ‘zarząd firmy IT’: *Dziś będzie zebranie boardu.*

2. ‘tapeta, deska zadań’: *Co mamy dziś na boardzie naszego wdrożenia oferty.*

body leasing – z ang. body leasing dosł. ‘wynajem ciała’;

‘wynajem okresowy pracownika w celu sprzedaży własnych usług bezpośrednio u klienta’:
Pracuję w formie body leasing.

bookować – z ang. book ‘rezerwować’, czas. niedok., bookuję, bookujesz, bookuj, bookował;

‘rezerwować, zamawiać’: *Bookuję loty z wyprzedzeniem.*

zob. bukować

bot – z ang. bot ‘robot, automat’, rzecz. r. m. D. l. poj. bota, M. l. mn. boty, D. l. mn. botów;

‘program komputerowy, który ma na celu wykonywanie działań zautomatyzowanych w sieci albo innym programie komputerowym’: *Stworzymy bota do obsługi klienta.*

brainstorm – z ang. brainstorm dosł. ‘burza mózgu’ rzecz. r. m. D. l. poj. brainstormu, M. l. mn. brainstormy, D. l. mn. brainstormów;

‘burza mózgów w zespole’: *Zaczynamy brainstorm.*

zob. brainstormować

brainstormować – poch. od ang. brainstorm ‘burza mózgu’, czas. niedok., brainstormuję, brainstormujesz, brainstormuj, brainstormował;

‘dyskutować w zespole, wykorzystując metodę burzy mózgów’: *Każdy zespół musi dużo brainstormować, jeśli chce być kreatywny i mieć wyniki.*

brand – z ang. brand ‘marka’, rzecz. r. m. D. l. poj. branda, M. l. mn. brandy, D. l. mn. brandów;

‘świadomość marki’: *Tworzymy nowy brand od podstaw.*

brand book – z ang. ‘księga znaku’, D. l. poj. brand booka, M. l. mn. brand booki, D. l. mn. brand booków;

‘księga znaku, określająca warunki stosowania logotypu danej marki’: *Aktualizowanie brand booka.*

branding – z ang. branding ‘wzmacnianie marki’, rzecz. r. m. D. l. poj. brandingu, M. l. mn. brandingi, D. l. mn. brandingów;

‘kreowanie wizerunku lub tworzenie konkretnej marki w celu wyróżnienia i wprowadzenia jej na rynek, czego proces włącza w siebie kreację nazwy, loga, hasła reklamowego i innych działań marketingowych’: *Jestem fanem brandingu tej agencji.*

branżunia – poch. od branża ‘dziedzina działalności gospodarczej’; rzecz. r. ż. D. l. poj. branżuni, M. l. mn. branżunie, D. l. mn. branżuń;

‘żartobliwe określenie własnej branży przez pracowników social media lub agencji reklamowych’: *Aktualne trendy w branżuni; jak ktoś z branżuni chciałby kodzik do promki, to wiecie gdzie siedzę.*

brief – z ang. brief ‘szkic’, rzecz. r. m. D. l. poj. briefu, M. l. mn. briefy, D. l. mn. briefów;

‘dokument zawierający podstawowe informacje (opis celów, zadań i założeń dotyczących projektu marketingowego), z którymi należy się zaznajomić, aby zacząć pracę przy danym projekcie’: *W briefie mowa jest o tym co ma znaleźć się na grafice*
zob. briefować

briefować – z ang. brief ‘szkic’, czas. niedok. briefuję, briefujesz, briefuj, briefował;

‘tworzyć krótki opis celów, zadań i założeń dotyczących projektu lub czegokolwiek innego dotyczącego pracy w korporacji’: *Weź mi to zbriefuj.*

bro – z ang. bro pot. ‘brat’, rzecz. r. m., nieodmienny;

‘potoczne określenie kolegi, ziomka z pracy’: *Chodźmy na kawę, bro.*

browser – z ang. web browser ‘przeglądarka internetowa’. rzecz. r. m. D. l. poj. browsera, M. l. mn. browsery, D. l. mn. browserów;

‘przeglądarka internetowa lub specjalny program do przeglądania stron internetowych’: *Mój najlepszy browser jest Firefox.*

bug – z ang. bug ‘pluskwa’, ‘owad’, rzecz. r. m., D. l. poj. buga, M. l. mn. bugi, D. l. mn. bugów;

‘błąd lub usterka w kodzie źródłowym programu komputerowego, która powoduje niepoprawne jego działanie’: *Zbugowana strona czy apka. Bug nad którym pracuję.*

bukować – z ang. book ‘rezerwować’, czas. niedok., bukuję, bukujesz, bukuj, bukował;
‘rezerwować, zamawiać’: *Trzeba bukować salkę na meeting, bo będzie za późno. Zabukować lot do Amsterdamu oraz hotel.*

zob. bookować

bullshit – z ang. bullshit ‘gówno byka’; wykrzyk.

‘wulgaryzm, oznaczający kłamstwo, bzdura’: *Co za bullshit mi tutaj podsyłasz?*

business casual – z ang. business casual ‘swobodny styl biznesowy’;

‘luźniejszy strój biznesowy, dopuszczalny przez organizacje w niektórych dniach’: *Żeby czuć się swobodnie na konferencji należy założyć strój w stylu business casual.*

busy – z ang. busy ‘zajęty’, przym.;

‘o osobie: zajęty lub zapracowany’: *Byłem busy jak dzwoniłeś do mnie. Odpowiedziałem przelozonemu, że jestem ciutkę busy jak zaproponował mi kolejny projekt.*

button – z ang. button ‘przycisk’, ‘guzik’, rzecz. r. m., D. l. poj. buttona, M. l. mn. buttony, D. l. mn. buttonów;

‘przycisk lub widget na stronie internetowej czy w programie komputerowym realizujący operację poprzez naciśnięcie go wskaźnikiem myszy’: *Kliknij na button poniżej.*

C

cache [kesz] – z ang. cache ‘pamięć podręczna’, rzecz. r. m., D. l. poj. cache’u [keszu], M. l. mn. cache [kesze], D. l. mn. cache’y [kezszy];

‘pamięć systemu informatycznego, w której są przechowywane często wykorzystywane dane, w taki sposób żeby dostęp do nich był jak najszybszy’: *Cache strony. Wyczyścić cache.*

call – z ang. call ‘rozmowa telefoniczna’, rzecz. r. m., D. l. poj. calla, M. l. mn. calle, D. l. mn. callów/call’i;

‘rozmowa telefoniczna albo rozmowa wideo w sprawach służbowych’: *Masz umówionego call’a z menedżerem. W kalendarzu na dziś są zaplanowane trzy call’e.*

zob. mieć calla, telko, wideokonferencja

Canva – nazwa własna, rzecz. r. ż., D. l. poj. canvy, M. l. mn. canvy, D. l. mn. canv;

‘program komputerowy do tworzenia treści graficznych’: *Kończę projekt w Canvie.*

case – z ang. case ‘przypadek’, ‘sprawa’, rzecz. r. m., D. l. poj. case’a, M. l. mn. case’y, D. l. mn. case’ów;

‘przypadek, sprawa, temat, zadanie, którym należy się zająć albo rozwiązać lub przykład podobnego zadania, które można wziąć za wzór’: *Omówić na spotkaniu konkretne case’y (przykłady). Dostałem case (projekt) do zrobienia. Konkretnie case’y można omówić pod czas prezentacji. Michał miał taki case.*

zob. kejs

case study – z ang. case study ‘studium przypadku’;

‘analiza pojedynczego konkretnego przypadku, pozwalająca wyciągnąć wnioski co do przyczyn i rezultatu jego przebiegu’: *Nasze case study zostało zaprezentowane na konferencji. Zaczeliśmy case study nad waszym feedbackiem.*

cash – z ang. cash ‘gotówka’, rzecz. r. m., D. l. poj. cashu, M. l. mn. cashe, D. l. mn. cashe’y;

‘pieniądze w języku korporacyjnym’: *Dostaliśmy cash. Wyplacam cash.*

zob. cashować, cash-flow

cash-flow – z ang. cash-flow ‘przepływ funduszy’;

‘rachunek przepływów pieniężnych w korporacji’: *Analiza firmy z perspektywy cash-flow.*

zob. cash, cashować

cashować – z ang. cash ‘gotówka’, czas. niedok. cashuję, cashujesz, cashuj, cachował;

‘zarabiać pieniądze’: *Firma sporo scashowała w trakcie przedsprzedaży.*

zob. cash, cash-flow

casual friday – z ang. casual friday ‘nieformalny piątek’;

‘dzień tygodnia, zazwyczaj piątek, kiedy pracownicy mogą nosić bardziej nieformalne ubrania’: *w naszej firmie również działa zasada casual friday, czyli w piątek można przychodzić do biura w adidasach.*

challenge – z ang. challenge ‘wyzwanie’, rzecz. r. m., D. l. poj. challenge’u, M. l. mn. (challenge’e), D. l. mn. challenge’ów;

‘wyzwanie w języku korporacyjnym’: *Taka strona to challenge jeśli chodzi o design. Mój ostatni challenge w tej firmie.*

zob. challengować, czelendżować

challengować – z ang. challenge ‘wyzwanie’, czas. niedok., challenge’uję, challenge’ujesz, challenge’uj, challenge’ował;

‘kwestionować, podważać lub podejmować wyzwanie’: *Przecież on ich challengeuje.*

zob. challenge, czelendżować.

chat – z ang. chat ‘pogawędka’, rzecz. r. m., D. l. poj. chatu, M. l. mn. chaty, D. l. mn. chatów;

1. ‘rozmowa za pośrednictwem Internetu, polegająca na przekazywaniu treści w formie pisemnych komunikatów’: *Chat dotyczący projektu.*

2. ‘miejsce na stronie internetowej, które umożliwia prowadzenie takich rozmów’: *Napisz mi na chacie.*

chatbot – z ang. chatbot ‘autonomiczny agent internetowy’, rzecz. r. m. D. l. poj. chatbota, M. l. mn. chatboty, D. l. mn. chatbotów;

‘program komputerowy, który wykonuje funkcję wirtualnego asystenta’: *Podłączymy chatbota. Rozmawiałem z chatbotem. Chatboty w bankowości.*

ChatGPT – nazwa własna, rzecz. r. m., odmienny tylko pierwszy człon: czat, D. l. poj. chatu, M. l. mn. chaty, D. l. mn. chatów;

‘program, w formie czatbota, który służy do generowania odpowiedzi na zapytania wprowadzone przez użytkownika wykorzystując sztuczną inteligencję, która opiera się na

opracowaniu dużych zbiorów danych, żeby móc prowadzić rozmowę oraz odpowiadać na różne tematy’: *Tworzymy treści marketingowe przez ChatGPT. Sprawdź co na to ChatGPT.*

checklista / check-lista – z ang. checklist ‘lista kontrolna’, rzecz. r. ż., D. l. poj. checklisty, M. l. mn. checklisty, D. l. mn. checklist;

‘lista kontrolna lub spis czynności, które powinni być wykonane, co pomaga w zapewnieniu spójności i kompletności wykonania zadania’: *Checklista rzeczy do zrobienia. Proszę o czeklistę.*

chillout – z ang. chill out ‘wyluzować się’, rzecz. r. m., D. l. poj. chilloutu, M. l. mn. chillouty, D. l. mn. chilloutów;

‘stan emocjonalny relaksu, ignorowania problemów’: *Nie ma problemów, chillout.*

chillout room – z ang. chillout room ‘pokój dla odpoczynku’, rzecz. r. m., odmienny tylko drugi człon: room, D. l. poj. rooma, M. l. mn. roomy, D. l. mn. roomów;

‘pokój odpoczynku przeznaczony dla pracowników w biurze firmy’: *W każdej firmie jest dobrym benefitem posiadanie chillout rooma, ale rzadko się z niego korzysta.*

zob. leisure room, fan room

chillować – poch. od ‘chillout’, czas. niedok., chilluję, chillujesz, chilluj, chillował;

‘relaksować się, odpoczywać, regenerować siły’: *Daj spokój, będziemy się po pracy chillować.*

chmura – rzecz. r. ż., D. l. poj. chmury, M. l. mn. chmury, D. l. mn. chmur;

‘technologia, która jest globalną siecią serwerów zdalnych, znajdujących się w różnych miejscach na świecie, działających jako jeden ekosystem i która zapewnia użytkownikowi wirtualne miejsce w Internecie dla przechowywania dowolnych danych oraz szybki dostęp do nich z dowolnego urządzenia połączonego do sieci’: *Przechowuję dane w chmurze. Serwer mailowy w chmurze. Korzystamy z serwerów chmurowych. Serwisy chmurowe.*

zob. cloud

ciasteczka – poch. od ang. cookies ‘ciastka’;

‘niewielkie informacje tekstowe, wysyłane przez serwer WWW i zapisywane na twardym

dysku użytkownika, domyślnie pozwalające na odczytanie zawartych w nich informacji jedynie serwerowi, który je utworzył’: *Jeżeli jest problem z ładowaniem strony, usuń ciasteczka przeglądarki.*

zob. cookies

claim – z ang. claim ‘twierdzenie’, rzecz. r. m., D. l. poj. claimu, M. l. mn. claimy, D. l. mn. claimów;

‘wyraz lub słowo, zwykle znajdujące się obok logo, posiadające walor promocyjny i określające wartości lub atrybuty marki, produktu lub usługi; może mieć charakter tymczasowy – powiązany z określoną kampanią reklamową – lub występować jako stały slogan’: *Ma znaleźć się logo z claimem. Logo bez claimu.*

clickbait – z ang. clickbait < ang. click ‘klinięcie’ + ang. bait ‘przynęta’, rzecz. r. m., D. l. poj. clickbaitu, M. l. mn. clickbaity, D. l. mn. clickbaitów;

‘chwytiliwe hasło, tytuł lub obrazek, który jest częścią techniki przyciągania uwagi odbiorców do artykułu czy treści, celem którego jest generowanie zysków z reklam internetowych, często krzykliwy nagłówek nie ma nic wspólnego z zawartością samego artykułu’: *Używanie clickbaitu jest niemoralne. Clickbait clickbaitowi nierówny.*

cloud – z ang. cloud ‘chmura’; rzecz. r. m.;

‘technologia, która jest globalną siecią serwerów zdalnych, znajdujących się w różnych miejscach na świecie, działających jako jeden ekosystem i która zapewnia użytkownikowi wirtualne miejsce w Internecie dla przechowywania dowolnych danych oraz szybki dostęp do nich z dowolnego urządzenia połączonego do sieci’: *Usługi typu cloud. Cloud serwisy obsługujące systemy informatyczne.*

zob. chmura

Clubhouse – nazwa własna, rzecz. r. m., nieodmienny;

‘sieć społecznościowa, która pojawiła się w 2020 roku na fali pandemii Covid19, szybko zyskała na popularności oraz straciła popularność w 2021 roku’: *Jestes już w Clubhouse? Wyślij mi zaproszenie do clubhouse pliz.*

coach – z ang. coach ‘trener osobisty’, rzecz. r. m., D. l. poj. coacha, M. l. mn. coachowie, D. l. mn. coachów;

‘trener lub osoba, która pracuje z klientem w celu pomagania mu w ustalaniu jego silnych stron i potencjału oraz obszarów, w których powinien się rozwijać, aby osiągnąć założone cele i optymalnie rozwiązać istniejące problemy’: *Jestem coachem, pomagam ludziom odnaleźć sens życia. Dobry coach nie jest dobrym sprzedawcą.*

zob. coaching, coachować

coaching – z ang. coaching ‘trenowanie’, ‘korepetycje’, rzecz. r. m., D. l. poj. coachingu, M. l. mn. coachingi, D. l. mn. coachingów;

1. ‘proces szkolenia, który poprzez stawianie odpowiednich pytań pomaga pojedynczym osobom lub organizacjom rozwijać się, zwiększać efektywności i osiągać cele’: *Po coachingu odkryłam dla siebie swoją misję.*

2. ‘rodzaj aktywnej współpracy szefa firmy z pracownikiem w celu eliminacji błędów w pracy oraz wspierania jego rozwoju’: *Szkolenie coachingowe minęło na wysokim poziomie.*

zob. coach coachować

coachować – poch. od coach ‘trenować’, ‘korepetycje’, czas. dok., coachuję, coachujesz, coachuj, coachował;

‘nauczyć kogoś czegoś lub prowadzić interaktywny proces szkolenia, który pomaga osobom lub organizacjom w przyspieszeniu tempa rozwoju’: *Kto może coachować team w ramach nowego WoW (Way of Working).*

zob. coaching, coach

coffee break – z ang. coffee break ‘przerwa na kawę’;

‘krótka przerwa w ciągu dnia roboczego, podczas której ludzie zwykle piją filiżankę kawy lub herbaty’: *Chodźmy na coffee break. Już miałem coffee break.*

co-founder – z ang. co-founder ‘współzałożyciel’, rzecz. r. m., D. l. poj. co-foundera, M. l. mn. co-founderzy, D. l. mn. co-founderów;

‘współzałożyciel firmy’: *Tytułuj się na każdym kroku, jako co-founder, nawet jeśli jesteś wiceprezesem w jednoosobowej firmie.*

commitment – z ang. commitment ‘zobowiązanie’; rzecz.;

‘zobowiązanie, obietnica lub zdecydowana decyzja do czegoś lub aby coś zrobić’: *Commitment finansowy. Commitment zespołu deweloperskiego do wykonania pracy w*

danym sprincie.

community support – z ang. community support ‘wsparcie społeczności’;

‘wsparcie klientów lub społeczności zaangażowanej wokół danej strony internetowej’: *Od niedawna pracuję jako community support.*

config – z ang. config < ang. configuration ‘konfiguracja’, rzecz. r. m., D. l. poj. configa, M. l. mn. configi, D. l. mn. configów;

‘plik komputerowy, który zawiera podstawowe ustawienia systemu operacyjnego lub innego programu komputerowego’: *Zmień dane w configu i program powinien działać. Wejść do configu.*

zob. konfiguracja, konfigurować

confirm – z ang. confirm ‘potwierdzać’, rzecz. r. m., D. l. poj. confirma, M. l. mn. confirmy, D. l. mn. confirmów;

‘potwierdzenie jakiejś prośby w relacjach korporacyjnych lub przypieczętowanie zapytania biznesowego’: *Daj znać jak będziesz miał jakiegoś confirma.*

content – z ang. content ‘treść’;

‘pojęcie, które określa zawartość strony internetowej i włącza w siebie treść, grafikę, wideo itp. elementy’: *Jest to dla nas istotny content – treść i cała zawartość strony internetowej*

zob. kontent

controlling – z ang. controlling < ang. control ‘nadzorować’, rzecz. r. m., D. l. poj. controllingu, M. l. mn. controllingi, D. l. mn. controllingów;

‘proces zarządczy, którego zadaniem jest wspieranie kierownictwa (menedżerów) w dążeniu do osiągnięcia celów. Polega na: planowaniu, kalkulacji, kontroli, zarządzaniu’: *Zespół controllingu. Specjalista ds. controllingu.*

cookies – z ang. cookie ‘ciasteczko’;

‘niewielkie informacje tekstowe, wysyłane przez serwer WWW i zapisywane na twardym dysku użytkownika, które domyślnie pozwalają na odczytanie zawartych w nich informacji jedynie serwerowi, który je utworzył’: *Pliki cookies przeglądarki. Jak strona wolno ładuje,*

wyczyść cache i pliki cookies przeglądarki.

zob. ciasteczka

copywriter – z ang. copywriter ‘kopisarz’, ‘słowomistrz’, rzecz. r. m. D. l. poj. copywritera, M. l. mn. copywriterzy, D. l. mn. copywriterów;

‘osoba przygotowująca teksty, które skutecznie przekonują potencjalnych odbiorców do zakupu produktu lub zlecenia wykonania usługi’: *Nasi copywriterzy piszą w nocy hasła reklamowe.*

cover photo – z ang. cover photo ‘zdjęcie okładki’;

‘zdjęcie w tle witryny internetowej, które służy do przekazywania głównej idei, informacji o promocjach lub po prostu upiększenia wyglądu’: *Cover photo dla facebooka.*

coworking – z ang. co-working ‘pracować razem’, rzecz. r. m. D. l. poj. coworkingu, M. l. mn. coworkingi, D. l. mn. coworkingów;

‘możliwość indywidualnej lub wspólnej pracy na wynajmowanej powierzchni biurowej’: *Jestem freelancerem i pracuję w coworkingu.*

crawling – z ang. crawling < ang. crow ‘pełzać’, rzecz. r. m. D. l. poj. crawlingu, M. l. mn. crawlingi, D. l. mn. crawlingów;

‘robot albo bot internetowy, który systematycznie przegląda sieć WWW, zwykle obsługiwany przez wyszukiwarki w celu indeksowania sieci, czasami nazywany pająkiem lub robotem-pająkiem’: *Zakres danych jakie ujawniono, zakładamy, że są one wynikiem crawlingu.*

crowdfunding – z ang. crowdfunding < ang. crowd ‘tłum’ + funding ‘zbieranie kapitału’, rzecz. r. m., D. l. poj. crowdfundingu, M. l. mn. crowdfundingi, D. l. mn. crowdfundingów;

‘rodzaj pozyskiwania inwestycji dla projektu poprzez dobrowolne zbieranie kapitału przez Internet od wielu ludzi’: *Spróbujmy swoich sił na crowdfundingu dla sfinansowania projektu.*

crunch time – z ang. crunch time ‘czas kryzysu’;

‘praca w nadgodzinach w celu nadrobienia zaległości lub rozwiązania różnych problemów w kluczowym momencie powstawania projektu’: *Muszę pracować w crunch time, bo*

zbliża się deadline.

customizacja – z ang. customization ‘dostosowywanie’, rzecz. r. ż., D. l. poj. customizacji, M. l. mn. customizacje, D. l. mn. customizacji;

‘lista możliwych modyfikacji, które są możliwe do wyboru przy definiowaniu produktu uwzględniające specyficzne potrzeby klienta’: *Wybór widgetów w customizacji. Treść tej wiadomości można później customizować.*

zob. kastomizacja, personalizacja

czat – z ang. chat ‘pogawędka’. rzecz. r. m. D. l. poj. czata/czatu, M. l. mn. czaty, D. l. mn. czatów;

1. ‘rozmowa za pośrednictwem Internetu, polegająca na przekazywaniu treści w formie pisemnych komunikatów’: *Czatowanie. Porozmawiajmy na czacie.*

2. ‘miejsce na stronie internetowej, które umożliwia prowadzenie takich rozmów’: *Napisz mi na czacie.*

zob. chat, chatbot, czatbot

czatbot – z ang. chatbot < ang. chat ‘pogawędka’ + bot ‘autonomiczny agent internetowy’, rzecz. r. m. D. l. poj. czatbota, M. l. mn. czatboty, D. l. mn. czatbotów;

‘program komputerowy, który wykonuje funkcję wirtualnego asystenta’: *Podłączmy czatbota. Rozmawiałem z czatbotem. Czatowny w bankowości.*

czelendź – z ang. challenge ‘wyzwanie’, rzecz. r. m., D. l. poj. czelendź, M. l. mn. czelendże, D. l. mn. czelendźów;

‘wyzwanie w języku korporacyjnym’: *To są nie problemy, a czelendże, musimy umieć sobie z tym radzić.*

zob. challenge, czelendźować, challengować

czelendźować – z ang. challenge ‘wyzwanie’, czas. niedok., czelendźuję, czelendźujesz, czelendźuj, czelendźował;

‘podejmować jakiegokolwiek wyzwanie’: *Nie chcę cię czelendźować, ale sfokusuj się, bo ekanci czekają na approve.*

zob. challengować, czelendź

D

daily – z ang. daily ‘codziennie’; rzecz. r. n., nieodmienny;

‘codzienne poranne spotkanie firmowe’: *O 9:15 mamy daily zespołowe. Poniedziałkowe daily.*

dammit – z ang. dammit ‘cholera’, wykrz.;

‘przekleństwo, używane do wyrażania gniewu i frustracji’: *Sorry dammit, poprawię.*

dashboard – z ang. dashboard ‘panel sterowań’, rzecz. r. m., D. l. poj. dashboardu, M. l. mn. dashboards, D. l. mn. dashboardów;

1. ‘wizualna graficzna prezentacja aktualnych oraz historycznych wartości i informacji, które pozwalają monitorować bieżący stan projektu’: *Przeanalizować wykresy na dashboardzie.*

2. ‘strona internetowa zawierająca aktualny status dla jednego lub więcej systemów’: *Wyniki naszej firmy są prezentowane na stronie dashboardu.*

data – z ang. data ‘dane’;

‘dane lub zbiór wartości informacyjnych’: *Data centrum. Analizować data.*

deadline – z ang. deadline ‘ostateczny termin’ rzecz. r. m., D. l. poj. deadline’u, M. l. mn. deadline’y, D. l. mn. deadline’ów;

‘termin końcowy wykonania projektu lub innego zadania’: *Mamy deadline. Zdążyć z projektem na deadline. Przy takich deadlineach, to ciężko zdążyć.*

zob. ddl

deal – z ang. deal ‘okazja’, ‘handel’, ‘umowa’, rzecz. r. m., D. l. poj. dealu, M. l. mn. deale, D. l. mn. dealów;

‘umowa lub inna transakcja finansowa’: *Jest deal do obgadania, zrobimy dobry interes. Jesteśmy zadowoleni z tego dealu.*

zob. dilować, dealer, diler

dealer – z ang. dealer ‘sprzedawca’, rzecz. r. m. D. l. poj. dealera, M. l. mn. dealerzy, D. l. mn. dealerów;

‘osoba lub firma pośrednicząca w transakcjach handlowych’: *Dealerzy firmy ABC.*

zob. deal, diler, dilować

debugowanie – z ang. debugging ‘odpluskwianie’, czas. niedok., debuguję, debugujesz, debuguj, debugował;

‘proces identyfikowania i usuwania błędów w kodzie źródłowym oprogramowania’: *Debugowanie aplikacji webowej. Debugowanie w przeglądarce. Grzegorz teraz debuguje. Debuguje appkę.*

decision power – z ang. decision power ‘moc decyzyjna’;

‘moc podejmowania decyzji w firmie IT’: *Kto ma teraz decision power w firmie, kiedy prezes na urlopie?*

decline – z ang. decline ‘zanik’, ‘upadek’; rzecz. r. m., D. l. poj. decline’a, M. l. mn. decline’y, D. l. mn. decline’ów;

‘odmowa wykonania lub zaakceptowania czegoś’: *Zrobileś decline’a odrzuciłeś zaproszenie w na Teamsie na spotkanie.*

defaultowo – z ang. by default ‘domyślnie’, przysł.;

‘z domyślnymi ustawieniami’: *Defaultowo był mniejszy limit.*

zob. default

demo – z ang. demo ‘próbny’; rzecz. r. n.;

‘wersja demonstracyjna, pokazowa, testowa, próbna systemu prototypowego’: *Na prezentacji pokazujemy demo naszego systemu.*

zob. demówka

demówka – poch. od demo; rzecz. r. ż., D. l. poj. demówki, M. l. mn. demówki, D. l. mn. demówek;

‘wersja demonstracyjna, pokazowa, testowa, próbna systemu prototypowego’: *Na spotkanie z klientem, spotkania stworzę demówkę systemu.*

zob. demo

deploy – z ang. deploy ‘wdrożenie’; rzecz. r. m.;

‘instalację oprogramowania w wybranym środowisku informatycznym lub uruchomienie zbudowanego projektu informatycznego albo programu komputerowego na serwerze aplikacji’: *Niedługo rozpoczynam deploy.*

zob. wdrożenie, release

design – z ang. design ‘wzór’, rzecz. r. m., D. l. poj. designu, M. l. mn. designy, D. l. mn. designów;

‘wygląd, wzór lub stylistyka jakiegoś projektu lub przedmiotu’: *Zmiana designu strony internetowej. Generalnie mi podoba się ten design.*

designer – z ang. designer ‘projektant’, rzecz. r. m., D. l. poj. designera, M. l. mn. designerzy, D. l. mn. designerów;

‘osoba, która zajmuje się projektowaniem wzorów oraz materiałów graficznych’: *Otrzymać od designera grafiki do postu na bloga.*

design thinking – z ang. design thinking ‘myślenie projektowe’;

‘metoda twórczego rozwiązywania problemów przy tworzenia nowych produktów i usług w oparciu o koncentrację na użytkowniku przez zrozumienie jego uświadomionych i nieuświadomionych potrzeb. Dane podejście ma na celu tworzenie produktu pożądanego przez użytkowników, technologicznie wykonalne i ekonomicznie opłacalne¹⁰’: *Kurs design thinking. Pracujemy w zakresie design thinking. Samodzielne prowadzenie projektów z wykorzystaniem design thinking w swoim środowisku pracy.*

developer – z ang. developer ‘twórca oprogramowania’, rzecz. r. m., D. l. poj. developera, M. l. mn. developerzy, D. l. mn. developerów;

‘programista lub twórca oprogramowania w pewnym języku programowania, który również tworzy koncepcję i rozwija programy komputerowe’: *Musimy zatrudnić full-stack developera dla realizacji tego projektu.*

development – z ang. development ‘rozwój’, rzecz. r. m., D. l. poj. developmentu, M. l. mn. developmenty, D. l. mn. developmentów;

‘proces kodowania i tworzenia programu komputerowego lub aplikacji’: *Zajmuje się*

¹⁰ *Czym jest Design Thinking?*, <https://designthinking.pl/co-to-jest-design-thinking/> [dostęp 10.02.2021].

zadaniem developmentu appki mobilnej.

device – z ang. device ‘urządzenie’; rzecz. r. m.;

‘urządzenie lub maszyna używana do określonego zadania’: *Mam podłączony device do komputera. Podłączyć device do zasilania.*

digital – z ang. digital ‘cyfrowy’; rzecz., D. l. poj. digitala, M. l. mn. digitale, D. l. mn. digitali;

1. ‘szerokie pojęcie cyfryzacji procesów i procedur w organizacji lub życiu codziennym, polegającym na usprawnianiu za pomocą wprowadzenia technologii komputerowych’: *Przenosimy nasze zarządzanie dokumentami do strefy digital.*

2. ‘przedstawienie informacji w formie elektronicznej’: *Ostatnio zrobiłam kilka digitali, mam nadzieję je pokazać na prezentacji.*

zob. digitalowy, digital influencerka, digital media

digital influencerka – z ang. digital influence ‘cyfrowy wpływ’; odmienny tylko drugi człon: influencerka, D. l. poj. influencerki, M. l. mn. influencerki, D. l. mn. influencerek;

‘kobieta, która jest popularna i opiniotwórcza w sieci, wpływa na swoich czytelników poprzez treści, które docierają do precyzyjnie określonej grupy i kieruje uwagę na określone produkty lub usługi, czym wpływa na decyzje zakupowe odbiorców’: *W ostatnie czasy bardzo wzrosła konkurencja na rynku wśród digital influencerek.*

zob. digital, influencerka

digital media – z ang. digital media ‘media cyfrowe’;

‘treści dowolnego rodzaju zakodowane w formatach do odczytu maszynowego, które mogą być tworzone, przeglądane, dystrybuowane lub modyfikowane na urządzeniach elektronicznych’: *Agencja zajmująca się digital media.*

zob. digital

digitalowy – z ang. digital ‘cyfrowy’, przym.;

‘w języku korporacyjnym: taki, który jest cyfrowy’: *Wprowadzamy nowe digitalowe rozwiązanie, które przyspieszy działanie pracowników.*

zob. digital

diler – z ang. dealer ‘sprzedawca’, rzecz. r. m. D. l. poj. dilera, M. l. mn. dilerzy, D. l. mn. dilerów;

‘osoba lub firma pośrednicząca w transakcjach handlowych’: *Diler firmy ABC.*

zob. deal, dealer, dilować

dilować – z ang. deal ‘handlować’, czas. niedok., diluję, dilujesz, diluj, dilował;

‘robić interes z klientem’: *Dilować z firma zagraniczna.*

zob. deal, dealer, diler

display – z ang. display ‘ekran, wyświetlacz’, rzecz. r. m. D. l. poj. displaya, M. l. mn. displaye, D. l. mn. displayów;

‘wyświetlacz lub ekran do wyświetlenia informacji w urządzeniach elektronicznych’: *Reklama ma się pojawiać na displayach telefonów komórkowych jak zarówno i zegarków.*

dokumentacja – (z łac. documentum ‘dokument’); w analizowanym leksykonie także z ang. documentation ‘dokumentacja, komplet dokumentów’; rzecz. r. ż., D. l. poj. dokumentacji, M. l. mn. dokumentacje, D. l. mn. dokumentacji;

‘informacja techniczna lub instrukcja wykonania czegoś zapisana w osobnym pliku’: *Przed wykonaniem zadania najważniejsze jest zapoznać się z dokumentacją.*

domena internetowa – z ang. Internet domain ‘strona w Internecie’ D. l. poj. domeny internetowej, M. l. mn. domeny internetowe, D. l. mn. domen internetowych;

‘zarejestrowana nazwa odrębnej strony w Internecie, która służy do łatwego połączenia ze stroną internetową’: *Poprawnie skonfigurować domenę internetową.*

dostawca netu – D. l. poj. dostawcy netu, M. l. mn. dostawcy netu, D. l. mn. dostawców netu;

‘firma, która dostarcza łącze internetowe’: *Skontaktuj się z dostawcą netu, bo nie ma połączenia.*

zob. net

downgrade – z ang. downgrade ‘redukcja do niższego poziomu’; rzecz.;

‘cofnięcie oprogramowania do starszej wersji, dezaktualizacja’: *Po wysypaniu się systemu musimy wykonać downgrade.*

zob. update, upgrade

draft – z ang. draft ‘projekt’, ‘szkic’, rzecz. r. m., D. l. poj. draftu, M. l. mn. drafty, D. l. mn. draftów;

‘wersja robocza, szkic lub projekt czegoś’: *Potrzebuję pierwszy draft na dzisiaj.*

dream team – z ang. dream team ‘zespół marzenia’;

‘zespół o wymarzonym składzie’: *Marzę zbudować własny dream team.*

dude – z ang. dude ‘ziomek’;

‘młodzieżowe, potoczne określenie kolegi, przyjaciela’: *Hey, dude, idziemy pić kawę. Dude, nie trać na to czasu, nie warto.*

dumping ceny – z ang. dumping ‘zrzucać’, ‘zarzucać’, ‘wywalać’ + ‘cena’, D. l. poj. dumpingu ceny, M. l. mn. dumpingi cen, D. l. mn. dumpingów cen;

‘strategia, polegająca na sprzedawaniu produktów lub usług w cenie, znacznie niższej, niż funkcjonująca na danym rynku, często nawet poniżej kosztów produkcji, w celu zdobycia rynku, przeważnie wiąże się z nieuczciwym zachowaniem wobec konkurencji’: *Zrobimy dumping ceny. Ten nowy startup robi dumping ceny, niedługo zaczniemy to odczuwać na własnej sprzedaży.*

dupochron – rzecz. r. m., D. l. poj. dupochrona, M. l. mn. dupochrony, D. l. mn. dupochronów;

‘dokument, mail lub wiadomość, która potwierdza jakiegokolwiek ustalenia w formie pisemnej, żeby w sytuacjach spornych, móc udowodnić ustalenia’: *Wyślij dupochron do klienta po spotkaniu.*

dział IT – poch. od dział + IT ‘dział technologii informacyjnych’, odmienny pierwszy człon: D. l. poj. działu, M. l. mn. działły, D. l. mn. działów;

‘dział firmy, pracujący w zakresie technologii informacyjnych’: *Przekazuję zadanie do działu IT.*

zob. IT

e-commerce – z ang. e-commerce ‘handel elektroniczny’; rzecz. r. m.;

‘działanie, przy którym za pomocą urządzeń mobilnych i stacjonarnych zawiera się transakcje handlowe, które zazwyczaj odbywają się za pośrednictwem Internetu, gdzie wirtualnie spotykają się klient i sprzedawca’: *Pracuję w branży e-commerce. Zajmuję się e-commerce.*

zob. e-sklep

edit – z ang. edit ‘redagować’, ‘edytować’; rzecz.;

1. ‘wyraz, który jest wstawiany w wiadomości korporacyjnej, co oznacza że zostały wprowadzone zmiany lub poprawki w poprzednio napisanej wiadomości czy dokumencie’: *Chciałbym poinformować, że [edit] jutro o 10 zajmuję salkę.*

2. ‘zmiana, redagowanie lub poprawka w bieżącym dokumencie’: *Mamy edit w nagłówku dokumentu.*

zob. edycja, edytować

edycja – z łac. *editio* ‘wydanie dzieła’; w analizowanym leksykonie także z ang. edition ‘redakcja’, ‘zmiana’, rzecz. r. ż., D. l. poj. edycji, M. l. mn. edycje, D. l. mn. edycji;

‘wersja lub zmiana czy poprawka w projekcie’: *Brak możliwości edycji tych pól. Mam przeprowadzić edycję projektu.*

zob. edytować, edit

edytować – z łac. *editio* ‘wydanie dzieła’; w analizowanym leksykonie także z ang. edit ‘redagować’, czas. niedok., edytuję, sdytujesz, edytuj, edytował;

‘modyfikować tekst lub grafikę zazwyczaj przy pomocy komputera’: *Potrzebuję edytować kilka tekstów.*

zob. edycja, edit

ekancica – z ang. account ‘konto’, rzecz. r. ż.; D. l. poj. ekancicy, M. l. mn. ekancicy, D. l. mn. ekancic;

‘pogardliwe określenie opiekunki klienta w firmie IT’: *Problem tego systemu agencyjnego polega na zniekształceniu w komunikacji, bo każda ekancica pełni jedynie rolę głuchego telefonu przekazując informacje zainteresowanym stronom.*

zob. account manager

ekant – z ang. account ‘konto’, rzecz. r. m.; D. l. poj. ekanta, M. l. mn. ekanty, D. l. mn. ekantów;

1. ‘opiekun klienta w firmie IT’: *Mój kolega pracuje ekantem w nowej firmie.*
2. ‘klient firmy IT’: *Zawsze spotykaliśmy się z działem obsługi klienta, account menedżerami, popularnie zwanymi ekantami. Wisi deadline, a ekant chce mieć to wszystko na asap.*

zob. account manager

e-mail – z ang. e-mail ‘poczta elektroniczna’, rzecz. r. m. D. l. poj. e-maila, M. l. mn. e-maile, D. l. mn. e-mailów;

1. ‘list elektroniczny’: *Wyślij e-maila. Rozesłać e-maile do wszystkich o wprowadzanych zmianach.*
2. ‘adres poczty elektronicznej’: *Rzuć mi na e-maila specyfikacje produktu. Podaj swój e-mail w formularzu.*

zob. adres mailowy, adres e-mail, mail

e-mail marketing – z ang. e-mail marketing ‘marketing za pośrednictwem poczty elektronicznej’; odmienny tylko pierwszy człon: marketing, D. l. poj. marketingu, M. l. mn. marketingi, D. l. mn. marketingów;

‘forma marketingu bezpośredniego, wykorzystującą pocztę elektroniczną, jako kanał komunikacji’: *Wykorzystamy e-mail marketing w promowaniu naszej firmy.*

e-meeting – z ang. meeting ‘spotkanie’, rzecz. r. m. D. l. poj. e-meetingu, M. l. mn. e-meetingi, D. l. mn. e-meetingów;

‘spotkanie zorganizowane w formie elektronicznej, zdalnej, online’: *Przeprowadzony e-meeting z Klientem. Zorganizować e-meeting za pomocą platformy MS Teams.*

emergency – z ang. emergency ‘nagły wypadek’; rzecz.;

‘sytuacja o wyjątkowo ważnym znaczeniu zarówno pozytywnym jak i negatywnym’: *Urlop na żądanie można wziąć tylko w emergency przypadkach.*

emoji – z jap. emoji ‘piktogram’;

‘piktogram, który prezentuje wyraz twarzy czy emocji, a w odróżnieniu od emotikonu też przedmioty, miejsca, rodzaje pogody, rośliny, zwierzęta i służy do wyróżnienia wiadomości w mediach społecznościowych, czatach i forach internetowych’: *Snap z emoji. Wstawić emoji do wiadomości.*

zob. emotikon, emotka

emotikon – z ang. emotion ‘emocja’, icon ‘obrazek’, rzecz. r. m. D. l. poj. emotikona, M. l. mn. emotikony, D. l. mn. emotikonów;

‘znak graficzny, który prezentuje wyraz twarzy czy emocji za pomocą znaków na komputerowej klawiaturze, wykorzystywane w rozmowach na czatach, forach i przez komunikatory internetowe’: *Stworzyłem kilka emotikonów w firmowym stylu dla naszego czatu.*

zob. emotka, emoji

emotka – poch. od emotikon, rzecz. r. ż., D. l. poj. emotki, M. l. mn. emotki, D. l. mn. emotek;

‘znak graficzny, który prezentuje wyraz twarzy czy emocji za pomocą znaków na komputerowej klawiaturze, wykorzystywane w rozmowach na czatach, forach i przez komunikatory internetowe nazywany również buźką’: *Ona odreagowała bardzo pozytywną emotką na czacie na moją propozycję. Spersonalizowana emotka.*

zob. emotikon, emoji

emulator – z ang. emulator ‘urządzenie naśladowujące’; rzecz. r. m., D. l. poj. emulatora, M. l. mn. emulatory, D. l. mn. emulatorów;

‘urządzenie lub program naśladowujący działanie innego urządzenia lub programu w taki sposób, że na te same dane wejściowe odpowiada takimi samymi wynikami na wyjściu’: *Używam emulatora, który pozwala na odpalanie starych programów na nowym komputerze.*

end to end – z ang. end-to-end ‘od początku do końca’;

‘pełny proces, od początku do końca’: *Przeprowadzimy testy end to end i prześlemy rozwiązanie do użytkowników. Wykonamy instalację end to end po naszej stronie.*

enjoy – z ang. enjoy ‘cieszyć się z czegoś’, ‘korzystać’, ‘podość się’; wykrz.;

‘życzenie komuś miłego korzystania z czegoś’: *Cześć, dodałem specyfikację do szablonów, enjoy.*

e-notes – z ang. e-note ‘elektroniczna notatka’, rzecz. r. m., D. l. poj. e-notesa, M. l. mn. e-notesy, D. l. mn. e-notesów;

‘program, który jest wykorzystywany do prowadzenia notatek w formie elektronicznej’: *Odpalam e-notes i zaczynam notować. Przerzucę swoje notatko po spotkaniu z e-notesa.*

epic₁ – z ang. epic. ‘spektakularny’, ‘niebywały’, ‘wyjątkowy’, przym.;

‘taki, który jest w ocenie mówiącego spektakularny, bardzo wyjątkowy’: *Zaliczyłem epic fail. Wydaliśmy epic feature.*

zob. epicki

epic₂ – z ang. epic ‘wielki, heroiczny poemat’, rzecz. r. m., D. l. poj. epica, M. l. mn. [epiki], D. l. mn. [epik];

‘duży zbiór pracy, utworzony na podstawie wymagań klienta czy użytkowników systemu informatycznego’: *Otwórz nowy epic w Jirze, żeby rozbić go na poszczególne taski.*

epicki – z ang. epic. ‘spektakularny’, ‘niebywały’, ‘wyjątkowy’, przym.;

‘taki, który jest w ocenie mówiącego spektakularny, bardzo wyjątkowy’: *To był epicki projekt.*

error – (z łac. error ‘błąd’) w analizowanym leksykonie także z ang. error ‘błąd, pomyłka’, rzecz. r. m., D. l. poj. errora, M. l. mn. errore, D. l. mn. errorów;

‘błąd lub pomyłka w systemie informatycznym’: *Po odpaleniu strony dostaję same errore.*

zob. bug

esajment – z ang. assignment ‘zadanie’, rzecz. r. m., D. l. poj. esajmenta, M. l. mn. esajmenty, D. l. mn. esajmentów;

‘zadanie przypisane konkretnej osobie do wykonania w korporacji’: *Mam esajment do zrobienia.*

zob. assignment

eskalować – z ang. escalation ‘stopniowe zwiększanie, potęgowanie się czegoś’, czas. niedok., eskaluję, eskalujesz, eskaluj, eskalował;

‘zmieniać priorytet projektu lub zadania poprzez przekazanie do wyższej instancji’:
Eskaluję projekt, ponieważ nasz zespół się nie wyrabia na czas. Jeżeli nie ma dostępności zasobów na czas, muszę eskalować do komitetu sterującego.

e-sklep – poch. od ‘elektroniczny sklep’, rzecz. r. m., D. l. poj. e-sklepu, M. l. mn. e-sklepy, D. l. mn. e-sklepów;

‘portal internetowy, który daje możliwość kupowania i sprzedawania produktów przez Internet’: *Projekt przewiduje stworzenie e-sklepu dla sprzedaży artykułów firmowych. Kupuję ciuchy w e-sklepach.*

zob. e-commerce, sklep internetowy, sklep online

estymować – z ang. estimate ‘oszacowanie’, czas. niedok., estymuję, estymujesz, estymuj, estymował;

‘przewidywać lub oszacować wynik pewnego działania w korporacji, często finansowy’:
Nasz dział finansowy estymuje zakończenie kwartału z dobrym wynikiem. Na podstawie twoich danych, Grzegorz sobie estymuje działanie jego działu.

event – z ang. event ‘wydarzenie’, rzecz. r. m., D. l. poj. eventu, M. l. mn. eventy, D. l. mn. eventów;

‘jakikolwiek wydarzenie w korporacji’: *Przygotowujemy event. Masę eventów jest organizowane dla zwiększenia swoich umiejętności. Brałem udział we wczorajszym evencie dotyczącym planowania.*

ever – z ang. ever ‘kiedykolwiek’ przysł.;

‘kiedykolwiek (określenie używane na końcu zdania w komunikacji prywatnej korporacyjnej)’: *Odwiedziłam najgorsze targi ever. Najgorszy wynik ever. Spróbowałem najlepszą atrakcją ever.*

Excel – z ang. Excel; nazwa własna; rzecz. r. m., D. l. poj. excela, M. l. mn. excele, D. l. mn. excelów;

‘jeden z trzech podstawowych programów pakietu Microsoft Office, który umożliwia pracę z tabelami’: *Przesłać w excelu. Zaimportować z excela. Gromadzimy wszystkie dane w excelu.*

executive – z ang. executive ‘kierowniczy’, ‘wykonawczy’, ‘dyrektorski’; rzecz.;
‘osoba zajmująca wysokie kierownicze stanowisko, szczególnie w biznesie, która podejmuje decyzje i wprowadza je w życie’: *W zależności od tego czy jest to pozycja executive czy manager, różna waga jest przykładana do odpowiedzialności za te obszary.*

executive assistant – z ang. executive assistant ‘asystent wykonawczy’;
‘asystent dyrektora lub osoba, zadaniem której jest pomoc dyrektorowi wykonawczemu lub menedżerowi w wykonywaniu jego pracy’: *Zatrudnili nową osobę na stanowisko executive assistant.*

F

Facebook – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. facebooka, M. l. mn. facebooki, D. l. mn. facebooków;
‘amerykańska sieć społecznościowa’: *Kto jeszcze w te czasy nie ma facebooka. W czasie pracy nie siedzimy na facebooku.*
zob. fejs

fail – z ang. fail ‘zawieść’, rzecz. r. m., D. l. poj. faila, M. l. mn. faile, D. l. mn. failów;
‘błąd, niepowodzenie, wtopa, wpadka’: *Coś ostatnio same faile w pracy. Zaliczyłem epic faila na spotkaniu.*

fakap – z ang. fuck up ‘burdel’, ‘partactwo’, rzecz. r. m., D. l. poj. fakapa, M. l. mn. fakapy, D. l. mn. fakapów;
‘niepowodzenie w czymś, zawalenie sprawy, niedotrzymanie terminu, wpadka lub sytuacja kryzysowa’: *Jeden z asystentów został zwolniony, ponieważ w ostatnim czasie miał dużo fakapów. Proszę się przyłożyć, żeby nie było fakapu.*
zob. fuck up

fake – z ang. fake ‘podróbka’; rzecz. r. m.;

‘informacja nieprawdziwa lub materiał mający celowo wprowadzić odbiorcę w błąd’: *To nie moje konto, to chyba jakiś fake.*

zob. fejk

fake news – z ang. fake news ‘fałszywa wiadomość’;

‘fałszywa, nieprawdziwa wiadomość, o charakterze sensacyjnym, opublikowana w mediach z intencją wprowadzenia odbiorcy w błąd dla osiągnięcia korzyści finansowych, politycznych lub innych’: *Czasem słyszymy nieprawdopodobne historie, które później okazują się fake news. Niektórzy zarabiają na fake newsach.*

zob. fake, fejk

fan – z ang. fan ‘zwolennik’, rzecz. r. m., D. l. poj. fana, M. l. mn. fani, D. l. mn. fanów;

‘osoba podziwiająca człowieka, grupę ludzi, dzieło sztuki bądź ideę’: *Oficjalna strona na Facebooku to zebranie fanów w jednym miejscu w sieci internetowej.*

fanpage – z ang. fanpage ‘strona fanowska’, rzecz. r. m., D. l. poj. fanpage’a, M. l. mn. fanpage’e [fanpejdże], D. l. mn. fanpage’ów/fanpage’y;

‘specyficzny rodzaj strony w mediach społecznościowych, której celem jest promowanie osoby, firmy, marki, co również służy do komunikacji pomiędzy użytkownikami tego serwisu społecznościowego oraz pozwala zebrać fanów w jednym miejscu sieci internetowej’: *Nowy pracownik będzie prowadził naszego fanpage’a na facebooku. Rozwijamy fan page. Na fan page’u skutecznie prowadzimy komunikację ze swoimi klientami. Fan page pozwala rozwijać produkt.*

fan room – z ang. fan room ‘pokój dla rozrywki’, rzecz. r. m., odmienny tylko drugi człon: room, D. l. poj. rooma, M. l. mn. roomy, D. l. mn. roomów;

‘pokój rozrywki przeznaczony dla pracowników firmy IT’: *Chodźmy wyluzujemy w fan roomie. W każdej firmie jest dobrym benefitem posiadanie fan rooma, ale rzadko się z niego korzysta.*

zob. leisure room

feature – z ang. feature ‘funkcja’, ‘cecha’, rzecz. r. m., D. l. poj. feature’a, M. l. mn. feature’y, D. l. mn. feature’ów;

‘nowa lub istniejąca funkcjonalność cecha szczególna programu komputerowego lub

serwisu internetowego’: *Zaimplementowaliśmy nowe feature’y [ficzery] na stronie głównej.*

zob. ficzer

fejk – z ang. fake ‘podróbka’, rzecz. r. m., D. l. poj. fejka, M. l. mn. fejki, D. l. mn. fejków; ‘informacja nieprawdziwa lub materiał mający celowo wprowadzić odbiorcę w błąd’: *Stwórz fejkowe konto. Załóż jakiegoś fejka. To chyba jakiś fejk.*

zob. fake

fejs – poch. od ‘Facebook’, rzecz. r. m., D. l. poj. fejsa, M. l. mn. (fejsy), D. l. mn. fejsów; ‘potoczna, skrócona nazwa amerykańskiej sieci społecznościowej Facebook’: *Po udostępnieniu na fejsie zwróciło się do nas kilkaset osób. Zobaczyłam nowy post na fejsie.*

zob. Facebook

feedback – z ang. feedback ‘odzew’, rzecz. r. m., D. l. poj. feedbacka, M. l. mn. feedbacki, D. l. mn. feedbacków;

‘odzew, informacja zwrotna, opinia lub ocena werbalna na temat produktu, pewnych dokonań firmy lub osoby’: *Zbieram feedback od klientów. Czekam na feedback na temat naszego produktu. Dzielę się feedbackiem. Taki feedback rozumiem, czekam zatem na dobre wiadomości.*

ficzer – z ang. feature ‘funkcja’, ‘cecha’, rzecz. r. m., D. l. poj. ficzera, M. l. mn. ficzery, D. l. mn. ficzerów;

‘nowa lub istniejąca funkcjonalność cecha szczególna programu komputerowego czy serwisu internetowego’: *Zaimplementowaliśmy nowe ficzery na stronie głównej. Po aktualizacji, aplikacja dostała nowe ficzery.*

zob. feature

Figma – nazwa własna, rzecz. r. ż., D. l. poj. figmy, M. l. mn. figmy, D. l. mn. figm;

‘program do projektowania stron internetowych’: *Tworzę projekt w Figmie, niedługo prześlę mockup.*

file – z ang. file ‘plik’; rzecz. r. m.;

‘plik elektroniczny, plik w systemie komputerowym’: *Żeby zapisać zmiany, należy kliknąć menu File i wybrać polecenie Zapisz.*

fintech – z ang. fintech < ang. financial technology ‘technologie finansowe’;

‘technologia finansowa wykorzystująca najnowsze możliwości techniczne do dostarczania nowoczesnych usług finansowych za pośrednictwem Internetu’: *Zamierzam stworzyć innowacyjny fintech startup.*

firma IT – poch. od firma + IT; odmienny tylko pierwszy człon: D. l. poj. firmy IT, M. l. mn. firmy IT, D. l. mn. firm IT;

‘przedsiębiorstwo zajmujące się działalnością w zakresie technologii informacyjnych’: *Praca w firmie IT. Podpisać umowę z firmą IT.*

firma produktowa – D. l. poj. firmy produktowej, M. l. mn. firmy produktowe, D. l. mn. firm produktowych;

‘spółka z branży IT, która zajmuje się bezpośrednio pracą nad jednym głównym produktem informatycznym od początku, jest autorem tego produktu.’: *Jestem developerem w firmie produktowej, robimy appkę dla sportowców.*

fix – z ang. fix ‘naprawa’, ‘ustalenie’; rzecz.;

‘naprawienie lub korekta pewnego błędu lub problemu, najczęściej w oprogramowaniu’: *Fix zgłaszanego bugu wszedł na test.*

flexy – z ang. flexy ‘zwinny’, przym.;

‘taki, który dostosowuje się do potrzeb’: *Jestem flexy, jeżeli chodzi o temat ustalenia terminu spotkania.*

flipchart – z ang. flip ‘przerzucać’ chart ‘obrazować na wykresie’, rzecz. r. m., D. l. poj. flipchartu, M. l. mn. flipcharty, D. l. mn. flipchartów;

‘tablica demonstracyjna używana do prezentacji’: *Potrzebuję flipchart na jutrzejszą prezentację.*

flow – z ang. flow ‘przepływ’; rzecz. r. n.;

‘płynny przebieg procesu’: *Po prostu czyste flow w pracy.*

fokus – z ang. focus ‘skupienie’, ‘koncentracja’; rzecz. r. m.;

‘skupienie się na celu lub na pewnej pracy w korporacji’: *Fokus na target. Proszę o fokus, nie rozpraszamy się.*

zob. fokusować się

fokusować się – z ang. focus ‘koncentrować się’ czas. niedok., fokusuję się, fokusujesz się, fokusuj się, fokusował się;

‘skupiać się lub koncentrować się na czymś w procesie pracy w korporacji’: *Fokusować się na projekcie. Fokusować się na zaplanowaniu ważnego wydarzenia. Fokusuję się na kejsie, bo zbliża się deadline.*

zob. fokus

folder – z ang. folder ‘katalog’, ‘teczka’, rzecz. r. m., D. l. poj. folderu/foldera, M. l. mn. foldery, D. l. mn. folderów;

‘katalog w systemie komputerowym dla przechowywania plików i programów’: *Stwórz nowy folder na pulpicie oraz przenieś tam wszystkie pliki. Wrzuciłem plik do folderu na OneDrive.*

folks – z ang. folks pot. ‘ludzie’;

‘potocznie, żartobliwie, familiarnie: ludzie, współpracownicy’: *Folks, zapraszam na urodzinowe ciasto do kuchni.*

follower – z ang. follower ‘ten co śledzi’, rzecz. r. m. D. l. poj. followera, M. l. mn. followersi, D. l. mn. followersów;

‘użytkownik, który śledzi/obserwuje stronę firmową w mediach społecznościowych’: *Cześć moi followersi, mam dla was giveaway’a.*

followować – z ang. to follow ‘śledzić’, ‘podążać’, czas. niedok., followuję, followujesz, followuj, followował;

‘śledzić lub obserwować publikacje danego profilu czy strony osoby/firmy w sieci społecznościowej’: *Followuję tylko te profile na twitterze, które są dla mnie ważne.*

zob. follower

follow-up – z ang. follow up ‘uzupełniać’, ‘kontynuować’;

‘dalsze działanie związane z czymś co zdarzyło się wcześniej, co w korporacji odpowiada kontaktu z klientem lub przypomnieniu o sobie klientowi po spotkaniu’: *Wysłałem follow up do klienta po spotkaniu w nawiązaniu do tego co udało się ustalić.*

font – z ang. font ‘czcionka’, rzecz. r. m. D. l. poj. fonta, M. l. mn. fonty, D. l. mn. fontów;

‘rodzaj czcionki lub pisma dla komputera’: *Dodaj nowe fonty do stworzonej grafiki.*

footer – z ang. footer ‘stopka’; rzecz. r. m.;

‘stopka lub tekst na spodzie strony internetowej’: *Footer zawiera zazwyczaj podstawowe informacje o firmie, czy autorze.*

footprint – z ang. footprint ‘odcisk stopy’; rzecz. r. m.;

‘śląd działań danej osoby czy organizacji zarejestrowany w środowisku cyfrowym lub unikalna właściwość pewnego elementu pozwalająca na jego jednoznaczną identyfikację’: *Za każdym razem po skorzystaniu z Internetu pozostawiamy po sobie footprint.*

for sure – z ang. for sure ‘na pewno’;

‘stwierdzenie, które oznacza, że coś jest na pewno’: *Wysłałam ci w piątek projekt for sure.*

forum – (z łac. forum ‘plac, rynek’); w analizowanym leksykonie także z ang. forum ‘platforma wymiany poglądów’; rzecz. r. n., D. l. poj. forum, M. l. mn. fora, D. l. mn. forów;

‘forma grupy dyskusyjnej w Internecie, która służy do wymiany informacji i poglądów między uczestnikami’: *W marketingu często wykorzystywane fora internetowe dla podniesienia poziomu znajomości marki.*

forwardować – z ang. forward ‘przekazać dalej’, czas. niedok., forwarduję, forwardujesz, forwarduj, forwardował;

‘przesyłać dalej korespondencję elektroniczną, zazwyczaj maila’: *Sforwardować maila. Przeforwarduj mi tego maila.*

forward manager – z ang. forward manager < ang. forward ‘przesłać, przekazać dalej’ + ang. manager ‘kierownik’;

‘pogardliwe określenie stanowiska projekt managera lub account managera w firmie IT, co oznacza osobę do spraw przekazywania wiadomości lub maili’: *Ten nasz nowy forward manager to nic nie robi tylko maile przekazuje.*

zob. account manager, project manager

founder – z ang. founder ‘założyciel’, ‘fundator’, rzecz. r. m. D. l. poj. foundera, M. l. mn. founderzy, D. l. mn. founderów;

‘założyciel lub fundator firmy’: *Jestem founderem startupu.*

zob. co-founder

framework – z ang. framework ‘struktura’, ‘szkielet’, rzecz. r. m., D. l. poj. frameworka, M. l. mn. frameworki, D. l. mn. frameworków;

‘struktura z pewnym zestawem komponentów, wykorzystywana jako ramy postępowania lub szkielet, zbiór funkcjonalności, na podstawie których tworzy się aplikacje komputerowe’: *Praca z frameworkiem. Dotrzymać się scrum frameworka. Nie musimy robić wszystkiego od nowa, bo pomagają nam framework i nowe biblioteki.*

zob. biblioteka

freak – z ang. freak ‘dziwak’, ‘świrus’, rzecz. r. m., D. l. poj. freaka, M. l. mn. freaki, D. l. mn. freaków;

‘osoba zachowująca się dziwnie i niekonwencjonalnie w Internecie’: *Freaki internetowe. Zachowuję się jak freak w Internecie.*

freelancer – z ang. freelancer ‘wolny strzelec’ rzecz. r. m., D. l. poj. freelancera, M. l. mn. freelancerzy, D. l. mn. freelancerów;

‘osoba pracująca bez etatu, wykonująca projekty na zlecenie’: *Freelancerzy marketingowi.*

freelance – z ang. freelance ‘wolny zawód’ rzecz. r. m., D. l. poj. freelance’u, M. l. mn. freelance’y, D. l. mn. freelance’ów;

‘jednoosobowa działalność gospodarcza, gdzie osoba wykonuje zlecenie dla klienta w dziedzinie, w której się specjalizuje, bez zatrudnienia na etat, charakteryzuje się swobodą działania’: *Pracuję na freelansie. Przechodzę na freelance.*

frontend – z ang. front-end ‘przód’, rzecz. r. m., D. l. poj. frontendu, M. l. mn. fronendy, D. l. mn. frontendów;

‘wygląd i zachowanie strony internetowej, czyli to co widzi użytkownik po wejściu pod adres internetowy, część oprogramowania odpowiadająca za szatę graficzną produktu’: *Trzeba rozwijać frontend dla responsywności strony internetowej. Rozszerzenie działu frontendu.*

zob. frontendowiec

frontendowiec – poch. od frontend, rzecz. r. m., D. l. poj. frontendowca, M. l. mn. fronendowcy, D. l. mn. frontendowców;

‘specjalista, zajmujący się tworzeniem i programowaniem szaty graficznej produktu informatycznego’: *Interesują mnie technologie i chcę pracować jako frontendowiec.*

front office – z ang. front office ‘recepcja’;

‘część korporacji gdzie odbywa się bezpośredni kontakt z klientem. W tym miejscu odbywa się interakcja między pracownikiem a klientem’: *Pracownicy front office.*

fuck – z ang. fuck ‘kurwa’; wykrzyk.;

‘wulgaryzm, wykorzystywany jako przekleństwo wyrażające rozdrażnienie, pogardę lub niecierpliwość’: *O fuck, coś ja narobiłem.*

zob. fck

fuck up – z ang. fuck up ‘burdel’, ‘partactwo’;

‘niepowodzenie w czymś, zawalenie sprawy, wpadka lub sytuacja kryzysowa’: *Mamy fuck up, projekt pod zagrożeniem. Zrobiłem fuck up przy sporządzeniu dokumentacji i teraz muszę odkręcać.*

zob. fakap

full experience – z ang. full experience ‘pełne doświadczenie’;

‘bardzo szeroki zakres doświadczenia osoby w konkretnej dziedzinie’: *Posiadam full experience w targetowaniu użytkowników.*

full-stack – z ang. full-stack ‘pełen stos’;

‘programista, który posiada umiejętności całego cyklu tworzenia i obsługi aplikacji webowych od podstawy do uruchomienia’: *Aplikuję na stanowisko full-stack developera. Full-stack programowanie.*

zob. full stack developer

full-stack developer – z ang. full-stack developer ‘programista pełnego zakresu’; odmienny tylko drugi człon: developer, D. l. poj. developera, M. l. mn. developerzy, D. l. mn. developerów;

‘programista, który posiada umiejętności całego cyklu tworzenia i obsługi aplikacji webowych od podstawy do uruchomienia’: *Pracuję jako full-stack developer.*

zob. full-stack.

fundusz – (z łac. fundus ‘zasoby finansowe’); por. ang. found ‘fundusz’; rzecz. r. m., D. l. poj. funduszu, M. l. mn. fundusze, D. l. mn. funduszków/funduszy;

‘środki finansowe’: *Napisać projekt na zdobycie funduszy unijnych dla naszego startupu.*

G

gadżet – z ang. gadget ‘urządzenie’, rzecz. r. m. D. l. poj. gadżetu, M. l. mn. gadżety, D. l. mn. gadżetów;

1. ‘urządzenie elektroniczne będące nowością techniki’: *Na początku sezonu odbędzie się prezentacja nowych gadżetów powszechnie znanej firmy.*

2. ‘przedmiot niewielkich rozmiarów, służący jako podarunek reklamowy’: *Gadżety reklamowe sprawiają bardzo pozytywne wrażenie na spotkaniach z klientami lub potencjalnymi odbiorcami produktu.*

game changer – z ang. gadget changer ‘zmieniacz gry’;

‘element, który rewolucyjnie zmienia zasady gry w biznesie’: *Pandemia to był prawdziwy game changer.*

gamer – z ang. gamer ‘gracz’, rzecz. r. m., D. l. poj. gamera, M. l. mn. gamerzy, D. l. mn. gamerów;

‘ten kto gra w gry komputerowe’: *Środowisko gamerów. Wiele pracowników w korpo są gamerami.*

gamingowy – z ang. gaming ‘granie w gry’, przym.;

‘dotyczący gier komputerowych’: *Laptop gamingowy. Sprzęt gamingowy. Krzesło gamingowe. Branża gamingowa.*

gap – z ang. gap ‘wyrwa; szczelina’;

‘opóźnienie terminu wykonania’: *Rośnie nam gap i nie zrealizujemy targetu.*

gap year – z ang. gap year ‘rok przerwy’;

‘roczna przerwa w pracy w korporacji’: *Po zakończeniu kontraktu biorę gap year i jadę do Tajlandii. Zamierzam zwolnić się z korpo, wziąć gap year i zająć się medytacją oraz poznawaniem siebie.*

geek – z ang. geek ‘pasjonat’, ‘dziwak’, rzecz. r. m., D. l. poj. geeka, M. l. mn. geeki, D. l. mn. geeków;

‘osoba, która pogłębia swoją wiedzę i jest zafascynowana obsesyjnie bardzo specyficznymi obszarami wiedzy czy hobby najczęściej w zakresie informatyki czy naukach ścisłych’: *Co za geek. Ale geeka spotkałem.*

zob. nerd, haker

generacja – (z łac. generatio ‘pokolenie’), w analizowanym leksykonie także z ang. generation ‘pokolenie’; rzecz. r. ż., D. l. poj. generacji, M. l. mn. generacje, D. l. mn. generacji;

‘grupa urządzeń mechanicznych, elektrycznych, elektronicznych lub oprogramowania na określonym etapie rozwoju technologii’: *Ten model smartfonu jest jeszcze pierwszej generacji. Smartfon najnowszej generacji.*

gif – z ang. gif < ang. graphics interchange format ‘format wymiany obrazów’, rzecz. r. m., D. l. poj. gifa, M. l. mn. gify, D. l. mn. gifów;

‘format pliku grafiki, który mieści animację’: *Szukam gifa. Prześlij mi gifa.*

giveaway – z ang. give away ‘rozdawać’; rzecz. r. m., D. l. poj. giveaway’a, M. l. mn. giveaway’e, D. l. mn. giveaway’i;

‘rodzaj konkursu w mediach społecznościowych, w wyniku którego są rozdawane za darmo jakieś produkty’: *Organizuję giveaway na firmowym insta.*

goal – z ang. goal ‘cel’; rzecz. r. m.;

‘cel, który zamierza się osiągnąć w wyniku prowadzenia zadania lub projektu’: *Na podstawie project planu musimy ustalić nasz goal.*

good point – z ang. good point ‘słuszna uwaga’;

‘powiedzenie, które przy rozmowie oznacza, że rozmówca ma słuszny argument’: *O tak, good point, jeżeli rozmawiamy o ryzykach projektu.*

Google – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. googla, M. l. mn. (google), D. l. mn. (googłów);

‘światowa najpopularniejsza wyszukiwarka internetowa’: *Zapytajmy wujka googla jak to zrobić. Wpisac w google. Wujek google wszystko wie.*

Google Meets – nazwa własna, rzecz. r. m., odmienny tylko drugi człon: meets, D. l. poj. meetsa, M. l. mn. meetsy, D. l. mn. meetsów;

‘program przeznaczony do komunikacji w formie telekonferencji, producentem którego jest firma Google’: *Wdzwońię Ciebie na Google Meets za pół godziny.*

googlować – poch. od Google, czas. niedok., googluję, googlujesz, googluj, googlował;

‘wyszukiwać informację w Internecie za pomocą wyszukiwarki internetowej Google’: *Googluję informację na jutrzejszą prezentację. Weź wygoogluj mi informację o tym wydarzeniu.*

graf – (z gr. grapho ‘piszę’); w analizowanym leksykonie także z ang. graph ‘wykres’; rzecz. r. m., D. l. poj. grafu, M. l. mn. grafy, D. l. mn. grafów;

‘wykres w postaci punktów, bloków i łączących je linii lub strzałek, obrazujący zależności między jakimiś elementami’: *Proces workflow przedstawia się zwykle w postaci grafu. Graf procesu.*

grafik – poch. od grafika (z gr. graphikos ‘pisany; malowany’), rzecz. r. m. D. l. poj. grafika, M. l. mn. graficy, D. l. mn. grafików;

‘specjalista, zajmujący się tworzeniem różnego rodzaju treści wizualnych, materiałów reklamowych i publikacji w sposób elektroniczny’: *Zwróć się do grafika, żeby wymyślił logo. Zwolniło się nam stanowisko grafika.*

grafika – (z gr. graphikos ‘pisany; malowany’); w analizowanym leksykonie także z ang. graphics ‘obraz wizualny’; rzecz. r. ż., D. l. poj. grafiki, M. l. mn. grafiki, D. l. mn. grafik; ‘obraz lub projekt wizualny na nośniku elektronicznym, który jest stworzony dla celów informacyjnych oraz ilustracyjnych’: *Czekam na przesłanie grafik do projektu. Usytuowanie grafik na stronie.*

gra online’owa – poch. od gra + online; D. l. poj. gry online’owej, M. l. mn. gry online’owe, D. l. mn. gier online’owych; ‘gra komputerowa, do której uruchomienia wymagany jest dostęp do Internetu’: *Kiedy mamy wolną chwilę od pracy, odpalamy grę online’ową i ścigamy się w walce.*
zob. online

grillowy czwartek – D. l. poj. grillowego czwartku, M. l. mn. grillowe czwartki, D. l. mn. grillowych czwartków; ‘określenie dnia, w którym firma organizuje dla pracowników integrację w formie spotkania przy grillu’: *Uruchamiamy w sezonie letnim w firmie grillowe czwartki.*

grupa – rzecz. r. ż., D. l. poj. grupy, M. l. mn. grupy, D. l. mn. grup; ‘grupowanie, serie, znaczenia, wyznaczniki w różnych dziedzinach działalności człowieka’: *Wysłałem zaproszenie na wstąpienie do grupy na facebooku.*

guru – z hindi guru ‘mistrz, mentor’; w analizowanym leksykonie także z ang. guru ‘mistrz, mentor’; rzecz. r. m., nieodmienny; ‘ekspert w konkretnej dziedzinie’: *Jestem guru w zakresie baz danych.*

H

haer – poch od ang. HR (human resources) ‘zasoby ludzkie’, rzecz. r. m., D. l. poj. haera, M. l. mn. haery, D. l. mn. haerów;

‘dział lub osoba zajmująca się kadrami w firmie’: *Podania o pracę proszę składać do naszego działu haer. Za rekrutację na dane stanowisko odpowiada haer.*

zob. HR, haerowiec

haerowiec – poch. od HR (human resources) ‘zasoby ludzkie’, rzecz. r. m., D. l. poj. haerowca, M. l. mn. haerowcy, D. l. mn. haerowców;

‘potoczna nazwa pracownika działu kadr lub osoby zajmującej się kadrami w firmie’: *Haerowcy prowadzą otwartą rekrutację na nowe stanowiska w firmie.*

zob. HR, haer

haker – z ang. hacker ‘doskonały informatyk’, rzecz. r. m., D. l. poj. hakera, M. l. mn. hakerzy, D. l. mn. hakerów;

‘człowiek posiadający wysokie praktyczne umiejętności informatyczne albo elektroniczne, który zajmuje się łamaniem zabezpieczeń komputerowych lub włamaniami na inne komputery’: *Hakerzy dostali się na serwery urzędu. W nocy mieliśmy atak hakerski.*

zob. geek, nerd

handwrite – z ang. handwrite ‘odręcznie pisany’;

‘styl czcionki lub pisma drukowanego, który przypomina odręczne pismo’: *Nagłówek stylizowany handwrite. Fonty z rodziny handwrite są mało czytelne przez co odgrywają rolę ozdobną.*

happy end – z ang. happy end ‘szczęśliwy koniec’; odmienny tylko drugi człon: end, D. l. poj. endu, M. l. mn. endy, D. l. mn. endów;

‘pomyślne, pozytywne zakończenie jakiejś sprawy’: *Ten trudny projekt w końcu miał happy end. Projekt zakończył się happy endem.*

Happy Monday – z ang. Happy Monday ‘szczęśliwy poniedziałek’;

‘nazwa konkursu dla pracowników lub dzień, w którym dla pracowników korporacji jest organizowany konkurs z możliwością wygrania gadżetów’: *Wygrałem voucher w dzisiejszym happy Monday.*

hardcore’owy – z ang. hardcore ‘ekstremalny’, przym.;

„potocznie: taki, który jest skomplikowany, trudny, z maksymalną intensywnością niebezpiecznych wrażeń’: *Miałem hardcore’owy projekt, trwał w nieludzkim tempie.*

hashtag – z ang. hashtag < ang. hash ‘kratka’, ‘znak’ + ang. tag ‘oznaczenie’, ‘etykieta’, rzecz. r. m., D. l. poj. hashtagu, M. l. mn. hashtagi, D. l. mn. hashtagów;
‘słowo lub wyrażenie bez spacji, oznaczone na początku znakiem #, używane do kategoryzowania i oznaczania informacji na różnych portalach społecznościowych’: *Dodaj hashtagi do wpisu na fejsie. Dbamy o hashtagi na insta.*

hasło – z czes. heslo ‘dewiza’, ‘znak’, rzecz. r. n., D. l. poj. hasła, M. l. mn. hasła, D. l. mn. hasel;
‘tajny wyraz lub ciąg znaków, służący jako potwierdzenie identyfikacji użytkownika w systemach informatycznych’: *Do zalogowania się na stronę należy wpisać hasło.*

header – z ang. header ‘nagłówek’;
‘początkowa część strony internetowej, wiadomości e-mail lub innego pliku komputerowego, zawierająca podstawową informację o nim’: *Rozjechał się header na nowym landingu, trzeba poprawić.*

headhunter – z ang. headhunter ‘łowca głów’, rzecz. r. m., D. l. poj. headhuntera, M. l. mn. headhunterzy, D. l. mn. headhunterów;
‘pracownik firmy, praca którego polega na identyfikacji specjalistów wysokiego szczebla szczególnie cenionych na rynku, nawiązanie z nimi kontaktu oraz skłonienie ich do zmiany pracodawcy i przyjęcia oferty pracy swego klienta’: *Dobrzy headhunterzy są w stanie skłonić do zmiany pracy niemal każdego.*

hejt – z ang. hate ‘nienawiść’, rzecz. r. m., D. l. poj. hejtu, M. l. mn. hejty, D. l. mn. hejtów;
‘negatywne, obraźliwe lub agresywne działania i komentarze zamieszczone w Internecie’: *Fala hejtu zalała ostatni artykuł o imigrantach na popularnym portalu.*
zob. hejter, hejtować

hejter – z ang. hater ‘człowiek nienawidzący kogoś, coś’, rzecz. r. m., D. l. poj. hejtera, M. l. mn. hejterzy, D. l. mn. hejterów;

‘osoba, przejawiająca złość, agresję i nienawiść w Internecie’: *W niektórych kampaniach, zwłaszcza politycznych, wynajmują setki hejterów żeby skrytykować przeciwnika.*

zob. hejt, hejtować

hejtować – z ang. hate ‘nienawiść’, czas. niedok., hejtuję, hejtujesz, hejtuj, hejtował;
‘działać w Internecie przejawiając złość, wrogość, nienawiść wobec kogoś’: *Zapraszam hejtować naszych konkurentów na wszystkich blogach i forach.*

zob. hejter, hejt

help₁ – z ang. help ‘pomoc’; rzecz.;

‘program komputerowy lub opcja w jakimś programie zawierająca wskazówki dotyczące użytkowania tego programu’: *Kliknij na przycisk ‘help’ i otrzymasz wskazówki jak dalej postępować.*

zob. helpdesk, helpunek

help₂ – z ang. help ‘pomóc’; wykrzyk.;

‘proszę mi pomóc, udzielić pomocy!’: *Koledzy, help! Potrzebuję pomocy przy naprawieniu błędu w projekcie.*

helpdesk – z ang. helpdesk ‘biuro pomocy’, rzecz. r. m., D. l. poj. helpdeska, M. l. mn. helpdeski, D. l. mn. helpdesków;

‘dział firmy, zajmujący się przyjmowaniem, obsługą i rozwiązywaniem zgłoszeń od użytkowników czy klientów’: *Proszę skontaktować się z naszym działem helpdesk w celu rozwiązania powstałego problemu. Więcej informacji uzyskają państwo na helpdesku.*

zob. help₁

helpunek – z ang. help ‘pomóc’, rzecz. r. m., D. l. poj. helpunku, M. l. mn. helpunki, D. l. mn. helpunków;

‘żartobliwe określenie czynności o udzielenie komuś pomocy’: *Koledzy, potrzebuję helpunku w zalogowaniu się do tego programu.*

zob. help₁

hiperłącze – z ang. hyperlink ‘odnośnik’, ‘odsyłacz’, rzecz. r. n., D. l. poj. hiperłącza, M. l. mn. hiperłącza, D. l. mn. hiperłączy;

‘zamieszczone w jednym miejscu odwołanie do innego miejsca, pliku lub dokumentu w Internecie lub systemie komputerowym’: *Dodaj hiperłącza w pdfie. Kliknąć w hiperłącze dla przejścia do odpowiedniego miejsca na dokumencie.*

zob. hyperlink, link

hit – z ang. hit ‘przebój’, ‘sukces’, rzecz. r. m., D. l. poj. hita, M. l. mn. hity, D. l. mn. hitów;

‘coś, co cieszy się dużą popularnością’: *Hit na topie.*

hold – z ang. hold ‘trzymać’;

‘trzymać, przytrzymać coś, zawiesić w oczekiwaniu’: *Wrzucę Cię na hold, bo mam asap call’a.*

home office – z ang. home office ‘biuro domowe’;

‘rodzaj pracy zdalnej, kiedy pracownik wykonuje swoje obowiązki zawodowe z miejsca zamieszkania’: *Biorę na jutro home office, bo coś źle się czuję. Proszę wszystkim pracownikom wziąć home office ze względu na epidemię grypy.*

zob. HO

home page – z ang. home page ‘strona domowa’;

‘strona główna, pierwsza albo domyślnie wywoływana w witrynie internetowej’: *Przejsć na home page. Skonfigurować home page.*

hotdesk – z ang. hotdesk < ang. hot ‘gorący’ + ang. desk ‘biurko’, rzecz. r. m., D. l. poj. hotdeska, M. l. mn. hotdeski, D. l. mn. hotdesków;

‘stanowisko pracy, które nie jest przypisane do jednej osoby’: *Siadaj gdzie ci wygodnie, mamy hotdeska.*

hotfix – z ang. hotfix ‘gorąca poprawka’; rzecz.;

‘krytyczna poprawka oprogramowania, która usuwa konkretny poważny błąd, ale nie jest w dokumentacji technicznej oprogramowania oraz nie jest implementowana zgodnie z zasadami wprowadzania aktualizacji’: *Proszę o natychmiastowy hotfix powstałego buga. Wprowadź zmiany w projekcie przez hotfix.*

hyperlink – z ang. hyperlink ‘odnośnik’, ‘odsyłacz’; rzecz.;

‘odwołanie lub element nawigujący, który zamieszczony w jednym miejscu i kieruje do innego miejsca, pliku lub dokumentu w Internecie lub systemie komputerowym’: *Należy umieścić hyperlink do naszej strony w najbardziej widocznym miejscu.*

zob. hiperłącze, link

I

impact – z ang. impact ‘wpływ’, ‘oddziaływanie’; rzecz.;

‘wpływ, siła oddziaływania lub jakies zderzenie’: *Twoje plany urlopowe mają zdecydowanie zbyt duży impact na ficzer.*

implementacja – z ang. implementation ‘realizacja’, ‘wykonanie’, rzecz. r. ż., D. l. poj. implementacji, M. l. mn. implementacje, D. l. mn. implementacji;

‘wdrożenie czegoś w życie lub instalacji i dostosowaniu oprogramowania do wymagań użytkownika wraz z testowaniem i uruchomieniem systemu informatycznego’: *Implementacja systemu finansowo-księgowego przebiegła bardzo sprawnie.*

inbox – z ang. inbox ‘skrzynka odbiorcza’, rzecz. r. m., D. l. poj. inboxes, M. l. mn. inboxes, D. l. mn. inboxów;

‘folder na koncie użytkownika poczty elektronicznej, do którego dostarczane są nowe wiadomości e-mail’: *Używam inboxes, ale brak podkatalogów i plaketek z informacją o ilości nieprzeczytanych wiadomości, bardzo dokucza.*

indeksowanie strony

‘czynność lub proces dodania strony internetowej do wyszukiwania w przeglądarkach internetowych’: *Proszę sprawdzić, czy strona jest poprawnie indeksowana przez Google.*

influencer – z ang. influencer ‘osoba oddziałująca, wpływowa’; rzecz. r. m., D. l. poj. influencera, M. l. mn. influencerzy, D. l. mn. influencerów;

‘lider opinii lub osoba mająca duży wpływ na opinię swoich odbiorców’: *Ten materiał w ładnej formie ma trafić do influencerów.*

zob. influencerka

influencerka – z ang. influencer ‘kobieta oddziałująca, wpływowa’; rzecz. r. ż., D. l. poj. influencerki, M. l. mn. influencerki, D. l. mn. influencerek;

‘kobieta popularna w mediach społecznościowych, która ma duży wpływ na opinię swoich odbiorców’: *Musimy zaangażować kilka influencerek dla popularyzacji naszej marki oraz zwiększenia sprzedaży.*

zob. influencer

info – z ang. info < ang. information ‘informacja, wiadomość’, rzecz. r. n., nieodmienny;

‘informacja, wiadomość’: *Zawiera info. Info o pobraniu aplikacji. Podać więcej info o projekcie.*

in-house – z ang. in-house ‘w domu’;

‘określenie czegoś, co jest realizowane wewnątrz własnymi siłami i zasobami, w ramach własnego przedsiębiorstwa’: *Zamówienia in-house. Produkt realizowany in-house.*

zob. in-house’owo

inhouse’owo – poch od ‘in-house’, przysł.

‘taki, który jest realizowany własnymi siłami i zasobami, wewnątrz, w ramach własnego przedsiębiorstwa’: *Działamy z projektem inhouseowo. Produkt inhouse’owy.*

zob. in-house

insta – poch. od ‘Instagram’, rzecz. r. m., nieodmienny;

‘potoczna, skrócona nazwa serwisu społecznościowego Instagram’: *Spróbujmy puścić kampanię reklamową na insta u naszej influencerki.*

zob. Instagram

Instagram – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. instagrama, M. l. mn. instagramy, D. l. mn. instagramów;

‘amerykański serwis społecznościowy, który polega na publikowaniu zdjęć w profilu użytkownika’: *Kaskada zdjęć z instagrama. Wrzucam zdjęcie na instagrama.*

zob. insta

instalacja – (z łac. instalatio ‘ustanawianie’); w analizowanym leksykonie także z ang. installation ‘wgrywanie plików’; rzecz. r. ż., D. l. poj. instalacji, M. l. mn. instalacje, D. l. mn. instalacji;

‘proces wgrywania różnego rodzaju programów lub plików, w celu ich uruchomienia i wykonywania określonego zadania’: *Musiałem przerwać instalacje, bo padła mi bateria.*

installka – poch. od instalacja, rzecz. r. ż., D. l. poj. installki, M. l. mn. installki, D. l. mn. installek;

‘dystrybucja konkretnego programu przeznaczona do wgrywania na komputerze’: *Prześlij mi aktualną installkę VPN.*

instalować – (z łac. installo ‘ustanawiać’); w analizowanym leksykonie także z ang. install ‘wgrywać pliki’; czas. niedok., instaluję, instalujesz, instaluj, instalował;

‘wgrywać program komputerowy w celu jego uruchomienia oraz wykonywania określonego zadania’: *Nie instaluję adblocka. Instaluję system dla procesu obiegu dokumentów.*

zob. zainstalować

interesariusz – (z łac. interesse ‘brać udział’); rzecz. r. m., D. l. poj. interesariusza, M. l. mn. interesariusze, D. l. mn. interesariuszy;

„podmiot zainteresowany działaniem korporacji, jej produktami, usługami, wizerunkiem wówczas może być nabywcą, współtwórcą produktu, osobą lub instytucją współdziałającą z korporacją czy obserwatorem, który ma wpływ na kształtowanie wizerunku firmy i podnoszenie jej kapitału niematerialnego’: *Musimy zadowolić wszystkich naszych interesariuszy.*

zob. stakeholder

integracja – (z łac. integrare ‘scalać’), w analizowanym leksykonie także z ang. integration ‘łączenie w całość’; rzecz. r. ż., D. l. poj. integracji, M. l. mn. integracje, D. l. mn. integracji;

1. ‘łączenie wielu elementów lub nawiązywanie pracy i komunikacji między kilkoma różnymi modułami czy systemami zewnętrznymi’: *Wprowadzamy integrację z systemem finansowo-księgowym. Integracja z DMS.*

2. ‘bliższe zapoznanie między sobą pracowników zespołu poprzez spotkanie nieformalne’:

W piątek robimy integrację dla nowych pracowników.

zob. team building

interface – z ang. interface ‘sprzęg’, ‘łącznik’, ‘złącze’;

‘układ elektroniczny umożliwiający łączenie i współpracę różnych urządzeń komputera i wymianę informacji między nimi np. komputera i drukarki’: *Przetestować nowy interface i zgłosić błąd.*

zob. interfejs, interfejs użytkownika

interfejs – z ang. interface ‘sprzęg’, ‘łącznik’, ‘złącze’, rzecz. r. m., D. l. poj. interfejsu, M.

l. mn. interfejsy, D. l. mn. interfejsów;

‘układ elektroniczny umożliwiający łączenie i współpracę różnych urządzeń komputera i wymianę informacji między nimi np. komputera i drukarki lub użytkownika i komputera’: *Nowy interfejs na stronie poradni psychologicznej. Połączenie do interfejsu.*

zob. interface, interfejs użytkownika

interfejs użytkownika – D. l. poj. interfejsu użytkownika, M. l. mn. interfejsy użytkownika, D. l. mn. interfejsów użytkownika;

‘przestrzeń, w której następuje interakcja człowieka z komputerem’: *Pracować nad interfejsem użytkownika. Poprawki w interfejsie użytkownika mogą być wprowadzane po dokładnej analizie.*

zob. UI

Internet – z ang. Internet < ang. inter ‘między’ + ang. network ‘sieć’, ‘sieć informatyczna’, rzecz. r. m., D. l. poj. Internetu, M. l. mn. Internety, D. l. mn. Internetów;

‘globalny system połączonych ze sobą sieci komputerowych’: *Padło mi połączenie do Internetu. Co tam łazisz po Internetach? Dla połączenia się z Internetem, potrzebuję włączyć wi-fi. Śmiga po Internecie.*

zob. net, sieć, WWW

internetowy – poch. od Internet, przym.;

‘taki, który jest związany z Internetem lub od niego pochodzi’: *Tworzymy sklep internetowy. Zrobiłem kurs internetowy.*

interview – z ang. interview ‘rozmowa kwalifikacyjna’; rzecz.;

‘rozmowa kwalifikacyjna’: *Jestem umówiony na interview. Teraz to nikt nie idzie na rozmowę kwalifikacyjną, tylko ma za to interview.*

in-topic – z ang. in-topic ‘w temacie’;

‘wypowiadanie się na temat, w jakimś konkretnym temacie’: *Chciałbym dodać jeszcze in-topic.*

inwestygacja – z ang. investigation ‘dochodzenie’, rzecz. r. ż., D. l. poj. inwestygacji, M. l. mn. inwestygacje, D. l. mn. inwestygacji;

‘przeprowadzenie działań kompleksowych polegających na badaniu i dochodzeniu w celu namierzenia rzeczy, które wymagają poprawy w firmie lub projekcie IT’: *Skuteczny audytor przeprowadza inwestygację, diagnozę oraz poprawę funkcjonowania przedsiębiorstwa.*

inwestygować – z ang. investigate ‘zbadać’, czas. niedok., inwestyguję, inwestygujesz, inwestyguj, inwestygował;

‘sprawdzać, badać, analizować lub myśleć nad czymś’: *Zinwestygujcie mi to asapem.*

zob. Inwestygacja

iOS – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. iosą, M. l. mn. iose, D. l. mn. iosów;

1. ‘system operacyjny, producentem którego jest marka Apple’: *koduje na iOS.*

2. ‘zespół zajmujący się programowaniem dla platformy iOS’: *iOS team nie nadąza wykonać wszystkie nasz taski.*

issue – z ang. issue ‘kwestia’; rzecz.;

‘jakakolwiek kwestia lub problem, co się pojawia podczas pracy’: *Jeśli masz jakiś naglący issue najlepiej zwrócić się z nim do juniora, który pewnie i tak cię odeśle do stażysty, albo praktykanta.*

it-girl – z ang. it-girl ‘dziewczyna na czasie’; rzecz.;

‘modna dziewczyna, o której wszyscy mówią i która cieszy się zainteresowaniem wśród mediów i internautów’: *Teraz to moda na bycie it-girl.*

J

jednorożec – (z łac. unicornus ‘mityczne zwierzę o jednym rogu na głowie’); por. ang. unicorn ‘jednorożec’ rzecz. r. m., D. l. poj. jednorożca, M. l. mn. jednorożce, D. l. mn. jednorożców;

‘w biznesie to określenie prywatnej, innowacyjnej firmy technologicznej typu startup, której wycenia wyniosła ponad 1 miliard dolarów’: *Te polskie startupy, mają szansę stać się jednorożcami.*

zob. startup

jest good – z ang. good ‘dobrze’; nieodmienny;

‘powiedzenie, które oznacza, że coś jest dobrze’: *Sprawdziłem poprawkę, jest good, możemy kontynuować pracę.*

jest kul – z ang. cool ‘świetnie’; nieodmienny;

‘młodzieżowe określenie czegoś, co jest świetne, fajne, czadowe’: *Grafika, którą przesłałeś jest kul. Jest kul, możemy się zabierać za robotę.*

Jira – nazwa własna, rzecz. r. ż., D. l. poj. jiry, M. l. mn. (jiry), D. l. mn. (jir);

‘program, służący do zarządzania projektami’: *Kto co woli, ja przy zarządzaniu projektem korzystam z Jiry. Zgłoszony problem ma już przypisany nr na Jirze.*

job security – z ang. job security < ang. job ‘praca’ + ang. security ‘bezpieczeństwo’;

‘gwarancja pewności pracy lub prawdopodobieństwo, że dana osoba zachowa swoją pracę w danej firmie’: *Mamy w firmie wysoki level job security. Przy wyborze firmy dla mnie bardzo ważnym elementem jest job security.*

joke – z ang. joke ‘żart’; rzecz.;

‘coś, co kogoś rozśmieszyło, został ozrobione dla rozrywki, czasem używane sarkastycznie’: *Niezły joke wyszedł.*

junior – z ang. junior ‘młody’, rzecz. r. m., D. l. poj. juniora, M. l. mn. juniorzy/juniory, D. l. mn. juniorów;

‘określenie poziomu kwalifikacji lub umiejętności danej osoby, jako pracownika’:
Dostaliśmy nowego pracownika do działu wdrożeń, jest juniorem.

junior account – z ang. junior account ‘młodszy opiekun klienta’; odmienny tylko drugi człon: account, D. l. poj. accounta, M. l. mn. (accounci), D. l. mn. accountów;

‘stanowisko pracy, na który osoba jest odpowiedzialna za utrzymanie kontaktów z klientami firmy oraz przekazywanie zamówień i uwag od klienta do odpowiednich działów firmy’: *Do obowiązków menedżera może wchodzić zarządzanie junior accountami i stażystami.*

zob. account manager

junior accountant – z ang. junior accountant ‘młodszy księgowy’;

‘młodszy księgowy specjalista w firmie IT’: *Czy wiesz czym się zajmuje nasz nowy junior accountant?*

zob. accountant

K

kampania reklamowa – z wł. campagna ‘akcja’ lub z fr. campagne ‘akcja’ lub z ang. campaign ‘akcja’ + łac. reclamo ‘krzyczę, protestuję’, D. l. poj. kampanii reklamowej, M. l. mn. kampanie reklamowe, D. l. mn. kampanii reklamowych;

‘osobny projekt, który łączy w sobie szereg zorganizowanych działań marketingowych lub zestaw reklam, które mają na celu osiągnięcie określonego celu reklamodawcy’: *Dla wypromowania nowego produktu, który dopiero wchodzi na rynek, będzie odpalono szereg kampanii reklamowych przed i po starcie.*

kanban – z jap. kan ‘widoczny’, ‘spis’ + jap. ban ‘tablica’, ‘tablica z kartkami’, rzecz. r. m., D. l. poj. kanbana, M. l. mn. kanbany, D. l. mn. kanbanów;

‘metoda zarządzania procesami, opracowany w Japonii dla systemu produkcyjnego Toyota’: *Mi bardziej wygodnie pracować z projektem w kanbanie. Używam kanbana w pracy codziennej. Spójrz na kanbana.*

zob. tablica kanbanowa

kastomizacja – z ang. customization ‘dostosowywanie’, rzecz. r. ż., D. l. poj. kastomizacji, M. l. mn. kastomizacje, D. l. mn. kastomizacji;

‘lista możliwych modyfikacji, które możliwe do wyboru przy definiowaniu produktu uwzględniające specyficzne potrzeby klienta’: *Kastomizacja jest teraz kluczem do serca klienta.*

zob. customizacja, personalizacja

key account – z ang. key account ‘opiekun klienta kluczowego’;

‘specjalista do spraw kluczowych klientów w firmie’: *Na rozmowie kwalifikacyjnej z dumą opowiadał, że zajmował stanowisko key account managera.*

zob. account manager

kejs – z ang. case ‘przypadek’, ‘sprawa’, rzecz. r. m., D. l. poj. kejsa, M. l. mn. kejsy, D. l. mn. kejsów;

‘przypadek, sprawa, temat, zadanie, którym należy się zająć albo rozwiązać lub przykład podobnego zadania, które można wziąć za wzór’: *Ten kejs dostanie handlera na meetingu. Przedstaw proszę nam swoje kejsy na temat sprzedaży. Trudno teraz coś określić, w praniu wyjdą konkretne kejsy.*

zob. case

kick-off meeting – z ang. kick-off meeting ‘spotkanie rozpoczynające projekt’, nieodmienny;

‘pierwsze rozpoczynające spotkanie zespołu projektowego z klientem’: *Mieliśmy kick-off meeting. Pod czas kick-off meeting ustalono zakres projektu.*

kierownik zespołu – D. l. poj. kierownika zespołu, M. l. mn. kierownicy zespołów, D. l. mn. kierowników zespołów;

‘osoba zarządzająca zespołem w korporacji, zadaniem którego jest koordynowanie i nadzorowanie pracy danej grupy pracowników, wyznaczanie zadań, celów dla poszczególnych członków zespołu, weryfikowanie postępów, nagradzanie, wyciąganie konsekwencji i motywowanie do działania’: *Zmienili nam kierownika zespołu. Zostałem kierownikiem zespołu.*

zob. team leader

killer feature – z ang. killer feature ‘zabójcza funkcja’;

‘atrybut oprogramowania, który w przypadku określonego rodzaju użytkownika staje się niezbędnym dla użytkowników ze względu na jego użyteczność, jest kluczowym do zwalczania konkurencji na rynku’: *Odpalamy killer feature w naszym systemie.*

klepanie kapci – poch. od klepanie pot. ‘wpisywanie’ + pol. kapcie z ang. CAPTCHA ‘akronim, oznaczający zabezpieczenie antyspamowe na stronie internetowej’;

‘wpisywanie zabezpieczenia CAPTCHA na stronie internetowej’: *przed zalogowaniem się wklep kapcie, potem przejdź do panelu admina.*

zob. CAPTCHA

klient – (z łac. clientis ‘odbiorca’); w analizowanym leksykonie także z ang. client ‘nabywca’, rzecz. r. m., D. l. poj. klienta, M. l. mn. klienci, D. l. mn. klientów;

1. ‘osoba fizyczna, prawna lub jednostka organizacyjna, kupująca towar czy usługę albo korzystająca z usługi’: *Zapraszamy klientów do odwiedzenia naszego sklepu internetowego.*

2. ‘program komputerowy, który łączy się z serwerem i korzysta z jego usług’: *Skonfigurować połączenie serwera z klientem.*

klik – z ang. click ‘pstryk’, rzecz. r. m., D. l. poj. klika, M. l. mn. kliki, D. l. mn. klików;

1. ‘naciśnięcie klawisza myszki, jako urządzenia sterującego pracą komputera’: *Klik lewym przyciskiem myszki.*

2. ‘naciśnięcie w reklamę przez jej odbiorcę, co jest jednym z podstawowych elementów dla liczenia skuteczności kampanii reklamowej’: *Ile klików zebrała reklama na Facebooku? Liczymy kliki z Facebooka oraz z Instagrama.*

zob. kliknąć, kliknięcie

kliknąć – z ang. click ‘pstryk’, czas. niedok., klikam, klikasz, klikaj, klikał;

‘naciśnąć klawisz myszki’: *Kliknij w przycisk na górze strony dla dokonania zakupu. Masz najechać na menu i kliknąć w odpowiedni punkt.*

zob. kliknięcie, klik

kliknięcie – poch. od kliknąć; rzecz. r. m., D. l. poj. kliknięcia, M. l. mn. kliknięcia, D. l. mn. kliknięć;

1. ‘naciśnięcie klawisza myszki, jako urządzenia sterującego pracą komputera’: *Kliknięcie w ikonkę hamburgerka, spowoduje otwieranie menu strony.*

2. ‘tylko w l. mn. – kliknięcia: liczba wszystkich zarejestrowanych przez usługę kliknięć w linki zamieszczone w wysłanych wiadomościach e-mail’: *Pomiar realizowany za pomocą mechanizmu śledzenia kliknięć.*

zob. kliknąć, klik

know-how – z ang. know-how ‘wiedzieć jak’;

‘zbiór wiedzy, umiejętności oraz możliwości do wykonania konkretnych czynności dla uzyskania pożądanego efektu, który nie jest powszechnie znany i dostępny’: *Wymyślimy swoje know-how, które przyniesie dużo kasy.*

kod – (z łac. codex ‘spis’), w analizowanym leksykonie także z ang. code ‘norma, kod’; rzecz. r. m., D. l. poj. kodu, M. l. mn. kody, D. l. mn. kodów;

‘umowny system znaków umożliwiający przetworzenie informacji oraz odczytanie jej przez osoby znające ten system lub przez urządzenia pracujące w tym systemie’: *Dla potwierdzenia logowania, wpisz kod wysłany na e-mail.*

zob. kodować, kod promocyjny, kod rabatowy

kod promocyjny – D. l. poj. kodu promocyjnego, M. l. mn. kody promocyjne, D. l. mn. kodów promocyjnych;

‘specjalny ciąg znaków, który po wpisaniu w odpowiednie pole formularza zakupowego w sklepie internetowym, aktywuje zniżkę oferowaną przez sklepy internetowe na czas trwania promocji’:

kod rabatowy – D. l. poj. kodu rabatowego, M. l. mn. kody rabatowe, D. l. mn. kodów rabatowych;

‘specjalny ciąg znaków, który po wpisaniu w odpowiednie pole formularza zakupowego w sklepie internetowym, aktywuje zniżkę oferowaną przez sklepy internetowe na czas trwania promocji’:

kodować – poch. od kod, czas. niedok., koduję, kodujesz, koduj, kodował;

1. ‘przetwarzać informacje na kod’: *Kanał połączenia jest kodowany cyfrowo.*

2. ‘pisać kod programistyczny’: *Kodować apkę webową i mobilną w JavaScript.*

zob. kod

koder – z ang. coder ‘ten kto pisze kod’, rzecz. r. m., D. l. poj. koder, M. l. mn. koderzy, D. l. mn. koderów;

‘osoba pisząca kod programistyczny lub programista’: *Ten portal to ogromne źródło wiedzy i społeczność koderów z całego świata.*

koment – z ang. comment ‘komentarz’, rzecz. r. m., D. l. poj. komenta, M. l. mn. koment, D. l. mn. komentów;

‘uwaga lub opinia odnośnie czegoś czy kogoś opublikowana w mediach’: *Dostaję sporo komentarzy pod wczorajszym postem.*

komentarz – (z łac. commentarius ‘notatka’), por. ang. commentary ‘komentarz’, rzecz. r. m., D. l. poj. komentarza, M. l. mn. komentarze, D. l. mn. komentarzy;

‘uwaga lub opinia odnośnie czegoś czy kogoś opublikowana w mediach’: *Wszystkie komentarze użytkowników, są brane pod uwagę. Na podstawie komentarzy otrzymujemy cenne uwagi co do jakości świadczonych usług.*

komitet sterujący – D. l. poj. komitetu sterującego, M. l. mn. komitety sterujące, D. l. mn. komitetów sterujących;

‘określona rola w projekcie, która polega na strategicznym zarządzaniu projektem’: *W razie wystąpienia ryzyka niedotrzymania deadline’u na projekcie, eskalujemy do komitetu sterującego.*

komp – poch. od komputer, rzecz. r. m., D. l. poj. kompa, M. l. mn. kompy, D. l. mn. kompów;

‘maszyna elektroniczna, przeznaczona dla przetwarzania informacji’: *Wszystkie informacje mam na kompie. Jestem w drodze, dostanę się do kompa to wyślę maila.*

komputer – z ang. computer ‘elektroniczna maszyna cyfrowa’ (< z łac. computare ‘obliczenie’), rzecz. r. m., D. l. poj. komputera, M. l. mn. komputery, D. l. mn. komputerów;

‘maszyna elektroniczna, przeznaczona dla przetwarzania informacji’: *Dostałem bardzo dobry komputer do pracy. Zamierzam zmienić komputer.*

konfiguracja – (z łac. configuratio ‘formowanie’); w analizowanym leksykonie także z ang. configuration ‘kształtowanie’, rzecz. r. ż., D. l. poj. konfiguracji, M. l. mn. konfiguracje, D. l. mn. konfiguracji;

‘ustawienie niezbędnych do pracy parametrów programu czy urządzenia elektronicznego’:
W konfiguracji urządzenia należy ustawić parametry, które są wskazane w wytycznych.

zob. config, konfigurować

konfigurować – (z łac. configuro ‘odpowiednio kształtować’), w analizowanym leksykonie także z ang. configure ‘ustawiać według schematu’; czas. niedok., konfiguruję, konfigurujesz, konfiguruj, konfigurował;

‘ustawiać potrzebne do pracy parametry urządzenia lub programu komputerowego’:
Zdefiniować konfigurację. Skonfigurować system.

zob. skonfigurować

konsulting – z ang. consulting ‘doradztwo’, rzecz. r. m., D. l. poj. konsultingu, M. l. mn. konsultingi, D. l. mn. konsultingów;

‘zakres usług, polegający na doradztwie podmiotom gospodarczym w różnych dziedzinach’: *Konsulting to wymarzone miejsce pracy wielu studentów i absolwentów kierunków ekonomicznych. Prowadzę firmę konsultingową.*

kontent – z ang. content ‘treść’; rzecz. r. m., D. l. poj. kontentu, M. l. mn. kontenty, D. l. mn. kontentów;

‘pojęcie, które określa zawartość strony internetowej i włącza w siebie treść, grafikę, wideo itp. elementy’: *Tworzymy wartościowy kontent. Firma XYZ jest najlepszym twórcą kontentu wideo na rynku.*

zob. content

konto – (z wł. conto ‘rachunek’), rzecz. r. n., D. l. poj. konta, M. l. mn. konta, D. l. mn. kont;

1. ‘rachunek w banku’: *Przelew na konto bankowe. Reklama kont bankowych różnego rodzaju.*

2. ‘zbiór zasobów i uprawnień przypisanych konkretnemu użytkownikowi w systemie informatycznym’: *Nowy użytkownik powinien założyć konto w systemie. Zmienić hasło do*

konta. Założyć nowe konto w systemie. Żeby uzyskać dostęp do konta wprowadź login i hasło.

konwersja – (z łac. *conversio* ‘odwrócenie’); w analizowanym leksykonie także z ang. *conversion* ‘przekształcenie’; rzecz. r. ż., D. l. poj. konwersji, M. l. mn. konwersje, D. l. mn. konwersji;

‘pojęcie, wskazujące liczbę użytkowników, którzy wykonali działanie pożądane przez nadawcę reklamy, czyli spełnili cel zakładany i oczekiwany w wyniku kampanii reklamowej, najczęściej jest to zakup produktu lub wypełnienie formularza kontaktowego’:
Konwersja leadów.

korpo – poch. od korporacja, rzecz. r. n., nieodmienny;

‘potoczne określenie korporacji’: *Jestem menedżerem w korpo. Duże korpo pochłania ludzi.*

zob. korporacja

korporacja – (z łac. *corporatio* ‘związek’), w analizowanym leksykonie także z ang. *corporation* ‘organizacja, zrzeszenie, duża firma’ rzecz. r. ż., D. l. poj. korporacji, M. l. mn. korporacje, D. l. mn. korporacji;

‘rodzaj przedsiębiorstwa, jest to duża globalna firma przeważnie z kapitałem zagranicznym i dużą liczbą pracowników, z ściśle określonymi procedurami oraz relacjami między jej członkami’: *Praca w korporacji. Zachwyca mnie to, że w korporacji panuje międzynarodowa atmosfera.*

zob. korpo

korpoludek – poch. od korporacja + pol. *ludek* pot. żartobliwie, ironicznie ‘człowiek’, rzecz. r. m., D. l. poj. korpoludka, M. l. mn. korpoludki, D. l. mn. korpoludków;

‘potoczne żartobliwe określenie osoby pracującej w korporacji’: *Wszystkie korpoludki. Korporacje produkują korpoludków.*

korpoludność – poch. od korporacja + pol. *ludność* ‘ogół ludzi w jakimś miejscu’, rzecz. r. ż., D. l. poj. korpoludności, M. l. mn. korpoludności, D. l. mn. korpoludności;

‘potoczne określenie ogółu ludzi, pracujących w korporacji’: *Napisze maila do naszej korpolidności o planowanej integracji. Hej, korpolidność, czemu nikt się nie zgłasza do udziału w akcji charytatywnej?*

corpomowa – poch. od korporacja + pol. mowa ‘język, sposób wystawiania się’, rzecz. r. ż., D. l. poj. corpomowy, M. l. mn. corpomowy, D. l. mn. corpomów;

‘potoczne określenie specyficznego slangu, który utworzył się w komunikacji dużych firm, czyli korporacji’: *ASAP to jeden z najważniejszych skrótów corpomowy.*

corpozwyczaj – poch. od korporacja + pol. zwyczaj ‘ustalony tradycją sposób postępowania’, rzecz. r. m., D. l. poj. corpozwyczaju, M. l. mn. corpozwyczaju, D. l. mn. corpozwyczajów;

‘potoczne określenie reguł i zasad pracy, zachowania oraz relacji istniejących w korporacji’: *Poranna kawa jest najważniejszym corpozwyczajem, musisz się dostosować. Imprezy integracyjne stały się już naszym corpozwyczajem.*

corpuszczur – poch. od korporacja + pol. szczur ‘gryzoń’, rzecz. r. m., D. l. poj. corpuszczura, M. l. mn. corpuszczury, D. l. mn. corpuszczurów;

‘potoczne, żartobliwe, czasem obraźliwe określenie osoby pracującej w korporacji’: *Rano centrum zapchane! Wszystkie corpuszczury na 9 do roboty jadą.*

kryptowaluta – z gr. kryptos ‘ukryte’, ‘tajne’ + pol. waluta (z wł. valuta) ‘jednostka pieniężna’, por. ang. cryptocurrency ‘kryptowaluta’; rzecz. r. ż., D. l. poj. kryptowaluty, M. l. mn. kryptowaluty, D. l. mn. kryptowalut;

‘waluta wirtualna lub elektroniczna bazująca na systemie kryptograficznym’: *W ostatnie czasy, kryptowaluty doznały niesłychanego rozpowszechnienia. Najpopularniejszą kryptowalutą teraz jest bitcoin.*

zob. bitcoin

kupon – (z fr. coupon ‘odcinek’); w analizowanym leksykonie także z ang. coupon ‘talon, odcinek’, rzecz. r. m., D. l. poj. kuponu, M. l. mn. kupony, D. l. mn. kuponów;

‘kartka lub cyfrowy obrazek, uprawniający do otrzymania czegoś bezpłatnie lub ze zniżką, na którym może znajdować się też kod promocyjny’: *Wpisz kod z kuponu rabatowego i dostaniesz zniżkę. Użyć kuponu w sklepie internetowym.*

L

label – z ang. label ‘etykieta’; rzecz.;

1. ‘oznaczenie, etykieta, nazwa lub symbol’: *Grafik musi poprawić label na projekcie opakownia.*
2. ‘wytwórnia muzyczna’: *Label, który wydaje płyty Rammstein.*

łącze internetowe – D. l. poj. łącza internetowego, M. l. mn. łącza internetowe, D. l. mn. łączy internetowych;

‘infrastruktura techniczna, która zapewnia połączenie pomiędzy klientem a siecią Internet’:
Nie działają mi łącza internetowe, stała się awaria.

lag – z ang. lag ‘opóźnienie’, rzecz. r. m., D. l. poj. laga, M. l. mn. lagi, D. l. mn. lagów;
‘opóźnienie, czas oczekiwania między działaniem podejmowanym przez użytkownika, a odpowiednią reakcją programu’: *Dziś mam straszne lagi, wszystko wolno działa.*

lajk – z ang. like ‘lubić’, rzecz. r. m., D. l. poj. lajka, M. l. mn. lajki, D. l. mn. lajków;
‘polubienie postu lub publikacji w Internecie’: *Dać lajka i suba i napisać w komentarzu.*
Daję lajka.

zob. like

landing page – z ang. landing page ‘strona docelowa’;

‘specjalna podstrona portalu internetowego, która ma za zadanie badać efektywność reklam w Internecie. Na niej zainstalowane są statystyki wizyt internautów i do niej kierują zazwyczaj wszystkie reklamy, dzięki czemu badanie efektywności jest łatwiejsze’:
Poprawiam landing page.

zob. strona landingowa

lapek – poch. od laptop, rzecz. r. m., D. l. poj. lapka, M. l. mn. lapki, D. l. mn. lapków;
‘potoczne, skrócone określenie laptopa’: *Masz lapka dziś ze sobą? Mój lapek po tylu latach jest tak zasyfiony, że zaczął się chrzanić.*

zob. laptop

laptop – z ang. laptop < ang. lap ‘podołek’ + ang. top ‘górnny’, rzecz. r. m., D. l. poj. laptopa, M. l. mn. laptopy, D. l. mn. laptopów;

‘niewielki, przenośny komputer’: *Laptop, to główne narzędzie do pracy w korporacji.*

layout – z ang. layout ‘układ’, rzecz. r. m., D. l. poj. layouta, M. l. mn. layouts, D. l. mn. layoutów;

‘szablon, wzorzec układu graficznego i kolorystyki strony internetowej’: *Stworzyć layout strony. Layout powinien być nie tylko dobrze zaprojektowany, ale również i dobrze przemyślany.*

lead – z ang. lead ‘prowadzić’, ‘być na czele’, rzecz. r. m., D. l. poj. leada, M. l. mn. leady, D. l. mn. leadów;

‘osoba lub tylko kontakt do niej, która jest zainteresowana produktem lub usługą, która może zostać potencjalnym klientem, pozyskana drogą marketingową skierowaną na przyciągnięcie uwagi potencjalnych klientów’: *Pozyskiwanie leadów jest jednym z najważniejszych celów kampanii reklamowych. Zdobywamy leady i dbamy o profesjonalny wizerunek firmy.*

zob. lid

lean management – z ang. lean management < ang. lean ‘szczupły’ + ang. management ‘zarządzanie’, odmienny tylko drugi człon: management, D. l. poj. managementu, M. l. mn. managementy, D. l. mn. managementów;

‘konceptcja szczupłego zarządzania, która polega na dostarczaniu klientowi produktu/usługi, jakiej oczekuje w najprostszym sposobie’: *Wprowadzamy w firmie lean management. Stosujemy elementy lean managementu.*

leisure room – z ang. leisure room ‘pokój rekreacyjny’, odmienny tylko drugi człon: room, D. l. poj. rooma, M. l. mn. roomy, D. l. mn. roomów;

‘Pokój w korporacji IT, gdzie można odpocząć, tam zazwyczaj znajdują się różnego rodzaju gry i miejsca dla odpoczynku’: *Idę do leisure rooma.*

zob. fan room

level – z ang. level ‘poziomy’;

‘poziom w strukturze organizacyjnej korporacji lub jakimkolwiek wirtualnym środowisku, określenie wykorzystywane w komunikacji korporacyjnej i grach komputerowych’: *Awansował na kolejny level, jest już menedżerem. Jaki level masz z angielskiego?*

lid – z ang. lead ‘prowadzić’, ‘być na czele’, rzecz. r. m., D. l. poj. lida, M. l. mn. lidy, D. l. mn. lidów;

‘osoba lub tylko kontakt do niej, zainteresowana produktem lub usługą, która może zostać potencjalnym klientem, pozyskana drogą marketingową skierowaną na przyciągnięcie uwagi potencjalnych klientów’: *Po zakończeniu kampanii zebraliśmy 1000 lidów.*

zob. lead

lifestyle – ang. lifestyle ‘styl życia’;

‘coś, co dotyczy stylu życia’: *Prowadzę lifestyle bloga. Oglądać blogi lifestyle*

link – z ang. link ‘łącze’, rzecz. r. m., D. l. poj. linku, M. l. mn. linki, D. l. mn. linków;

‘odnośnik, odsyłacz, który zamieszczony w jednym miejscu i kieruje do innego miejsca, pliku czy dokumentu w Internecie lub systemie komputerowym’: *Linki do produktów i stron. Linki do plików. Linki dodane.*

zob. hyperlink, hiperłącze

LinkedIn – nazwa własna; rzecz. r. m., D. l. poj. linkedina, M. l. mn. linkedine, D. l. mn. linkedinów;

‘sieć społecznościowa przeznaczona na budowanie kontaktów zawodowych i profesjonalnych’: *Pozyskaliśmy developera z LinkedIna. Szukamy frontendowca na LinkedIn.*

linkować – poch. od link; czas. niedok., linkuję, linkujesz, linkuj, linkował;

‘łączyć moduły w systemach IT za pomocą hiperłączy’: *Linkować z ikonki do sklepu internetowego.*

zob. podlinkować

like – z ang. like ‘lubić’; rzecz.;

‘polubienie postu lub publikacji w Internecie’: *Dostałem like od koleżanki za wczorajszy post*

zob. lajk

lista mailingowa – z ang. mailing list ‘lista odbiorców poczty’, D. l. poj. listy mailingowej, M. l. mn. listy mailingowe, D. l. mn. list mailingowych;

‘lista, zawierająca adresy poczty elektronicznej osób, do których wysyłane są newslettery oraz kierowana jest reklama. Najczęściej wśród danych na liście, oprócz adresu e-mail, znajdują się również imię i nazwisko’: *Wyślemy newsletter do subskrybentów, którzy zapisali się do listy mailingowej.*

lista subskrybentów – D. l. poj. listy, M. l. mn. listy, D. l. mn. list;

‘lista użytkowników, którzy podpisali się na otrzymywanie powiadomień od danego serwisu lub nadawcy. Najczęściej zawiera podstawowe dane osobowe, adres e-mail i inne dane kontaktowe’: *Wgrać listę subskrybentów do programu pocztowego. Przeanalizować listę subskrybentów pod kątem definiowania grupy docelowej.*

zob. subskrybent

live₁ – z ang. live ‘na żywo’, rzecz.;

‘transmisja jakiegokolwiek wydarzenia w sieci Internet na żywo, w czasie rzeczywistym’: *Idzie live na fanpage’u. Nie ma go live na stronie. Prowadzę webinar, jestem live.*

zob. stream

live₂ – z ang. live ‘na żywo’, przysł.;

‘o jakiegokolwiek wydarzeniu w sieci Internet: na żywo, w czasie rzeczywistym’: *Nie ma go live na stronie. Prowadzę webinar, jestem live.*

zob. stream

lobbying – z ang. lobbying; rzecz. r. m., D. l. poj. lobbingu, M. l. mn. lobbingi, D. l. mn. lobbingsów;

‘proces polegający na wywieraniu wpływu przez specjalne osoby na władze publiczne lub inne osoby decyzyjne w interesie korporacji lub konkretnej osoby’: *Prowadzenie lobbingu interesów firmy z władzami publicznymi.*

lockdown – z ang. lockdown ‘’, rzecz. r. m., D. l. poj. lockdownu, M. l. mn. lockdowny, D. l. mn. lockdownów;

‘specjalne ograniczenia wprowadzone w związku z pandemią COVID19’: *Pod czas lockdownu pracowałem na home office.*

log – z ang. log ‘rejestr zdarzeń’, rzecz. r. m., D. l. poj. logu, M. l. mn. logi, D. l. mn. logów;

‘rejestr zdarzeń i działań w systemie komputerowym’: *Przejrzeć logi. Może Pan usunąć logi z przed roku 2020.*

login – z ang. log in ‘polecenie wejścia do systemu komputerowego’, rzecz. r. m., D. l. poj. loginu, M. l. mn. loginy, D. l. mn. loginów

‘unikalny identyfikator użytkownika w systemie informatyczno-komputerowym’: *Zmienić login. Jeżeli zapomniałeś swój login lub hasło, poproś o resetowanie.*

zob. logowanie, nick

logo – poch. od logotyp lub z ang. logo < ang. logotype ‘symbol graficzny’, rzecz. r. n., nieodmienny (czasem w użyciu odnotowuje się odmieniana forma: D. l. poj. loga);

‘unikalny znak graficzny służący do identyfikacji marki, firmy lub innej organizacji, spełniający rolę marketingową i informacyjną, które łączy w sobie takie składowe identyfikacji graficznej, jak sygnet, logotyp i ewentualnie tagline’: *Projektowanie logo i stron www. Optymalizować logo strony.*

zob. logotyp, tagline

logotyp – (z gr. logos ‘słowo’ + gr. typos ‘odcisk’, ‘obraz’); w analizowanym leksykonie także z ang. logotype ‘symbol graficzny’; rzecz. r. m., D. l. poj. logotypu, M. l. mn. logotypy, D. l. mn. logotypów;

‘unikalny, ustalony graficznie zapis nazwy, służący do identyfikacji marki, firmy lub innej organizacji spełniający rolę marketingową i informacyjną, który jest częścią logo lub sobą stanowi logo’: *Projekt logotypu. Logotyp jako część logo.*

zob. logo, tagline

logowanie – z ang. log in ‘polecenie wejścia do systemu komputerowego’, rzecz. r. n., D. l. poj. logowania, M. l. mn. logowania, D. l. mn. logowań;

1. ‘proces autoryzowania lub uwierzytelniania użytkownika w systemie komputerowym’: *Automatyczne logowanie. Logowanie się za pomocą danych do komputera. Logować się loginem i hasłem.*

2. ‘proces zapisywania informacji o działaniu systemu komputerowego w specjalnym pliku – logu [dzienniku]. Automatyczne zapisywanie czynności przeprowadzonych w systemie w pliku logu’: *System loguje każdą czynność użytkownika w systemie. Aktualnie nie logujemy danych czynności.*

zob. login, nick, log

lokalizacja – łac. locus ‘umiejscowienie’; w analizowanym leksykonie także z ang. localisation ‘usytuowanie’; rzecz. r. ż., D. l. poj. lokalizacji, M. l. mn. lokalizacje, D. l. mn. lokalizacji;

‘umiejscowienie lub położenie jakiegoś obiektu czy osoby’: *Moja lokalizacja. Urządzenie zapisuje twoją lokalizację. Zweryfikować lokalizację.*

looknąć – z ang. look ‘spójrzeć’, czas. niedok., looknę, lookniesz, looknij, looknął;

‘spójrzeć na coś, zobaczyć coś’: *Looknijmy na target. Looknij, czy dobrze zrobiłem.*

lunch – z ang. lunch ‘posiłek we wczesnej porze obiadowej’, rzecz. r. m., D. l. poj. lunchu, M. l. mn. lunche, D. l. mn. lunchy/lunchów;

‘obiad albo drugie śniadanie’: *Jak tylko skończę zadanie idę na lunch. Zrobmy przerwę na lunch.*

zob. lunchbox, lunch break

lunchbox – z ang. lunchbox < ang. lunch ‘posiłek’ + ang. box ‘pojemnik’, rzecz. r. m., D. l. poj. lunchboxu, M. l. mn. lunchboxy, D. l. mn. lunchboxów;

‘pojemnik z kanapkami lub posiłkiem, który przynosi ze sobą pracownik’: *Nie zapomnij lunchboxa. Dziś nic nie zamawiam, mam swój lunchbox.*

zob. lunch, lunch break

lunch break – z ang. lunch break ang. ‘przerwa na lunch’;

‘przerwa obiadowa lub na drugie śniadanie’: *O 12 mam lunch break, możemy w trakcie się spotkać i omówić temat.*

zob. lunchbox, lunch

M

mail – z ang. e-mail ‘poczta elektroniczna’, rzecz. r. m. D. l. poj. maila, M. l. mn. maile, D. l. mn. mailów;

1. ‘list elektroniczny’: *Wyślij mi maila. Napisz mi w mailu informacje dotyczące omawianej sprawy.*
2. ‘adres poczty elektronicznej’: *Napisz mi na maila specyfikacje produktu. Prześlij proszę ofertę na maila.*

zob. adres mailowy, adres e-mail, e-mail, mailing, mailoza

mailing – z ang. mailing ‘wysyłanie wiadomości przez e-mail’, rzecz. r. m. D. l. poj. mailingu, M. l. mn. mailingi, D. l. mn. mailingów;

‘jednorazowa, masowa wysyłka wiadomości marketingowych za pomocą poczty elektronicznej, skierowana do posiadanej bazy adresowej. Jej celem jest przeważnie sprzedaż lub reklama, na przykład zapisanie się na jakieś wydarzenie czy pobranie jakiegoś dokumentu’: *W ramach planowanego mailingu, wyślemy informację o zapisaniu się na targi do wszystkich naszych subskrybentów.*

zob. adres mailowy, adres e-mail, e-mail, mail, mailoza

mailoza – poch. od mail, rzecz. r. ż. D. l. poj. mailozy, M. l. mn. mailoze, D. l. mn. mailoz;

‘potoczne określenie intensywnego pisania maili z klientem albo nerwowe prowadzenie konwersacji mailowej’: *Wczoraj prowadziłem mailozę z klientem. Ta mailoza mnie zabija.*

zob. adres mailowy, adres e-mail, e-mail, mail, mailing

manager – z ang. manager ‘kierownik’, ‘szef’; rzecz. r. m., D. l. poj. managera, M. l. mn. managerowie, D. l. mn. managerów;

1. ‘osoba, która zawodowo zajmuje się realizacją procesu zarządzania, czyli planowaniem i podejmowaniem decyzji, organizowaniem, przewodzeniem – motywowaniem i kontrolowaniem’: *Zespół project managerów zrealizował target w tym miesiącu.*
2. ‘program komputerowy ułatwiający zarządzanie używanymi plikami lub programami’: *Używać managera reklam do automatyzowania procesu.*

zob. menedżer

mapować – z ang. map ‘odzwierciedlać’, czas. niedok., mapuję, mapujesz, mapuj, mapował;

‘wykonywać działania porządkujące, które wiążą każdy element danego zestawu z jednym lub większą liczbą elementów drugiego zestawu’: *Zmapuj mi pola. Mapować dane.*

marketing – z ang. marketing ‘działania na rynku sprzedaży produktów’, rzecz. r. m., D. l. poj. marketingu, M. l. mn. marketingi, D. l. mn. marketingów;

‘zbiór strategii i instrumentów, zorientowanych na rozpoznawaniu i zaspokajaniu potrzeb konsumentów poprzez ustalenie wielkości produkcji oraz metod dystrybucji, sprzedaży i reklamy towarów. Głównym zadaniem marketingu jest odpowiadanie na niezaspokojone potrzeby klientów poprzez tworzenie nowych, satysfakcjonujących rozwiązań’: *Robimy dobrze marketing. Sprawny marketing.*

zob. marketing bezpośredni, marketingowiec

marketing bezpośredni – D. l. poj. marketingu bezpośredniego, M. l. mn. marketingi bezpośrednie, D. l. mn. marketingów bezpośrednich;

‘dziedzina marketingu, działanie której polega na kierowaniu bezpośrednich komunikatów do konkretnie wybranych i pojedynczych odbiorców w celu uzyskania bezpośredniej odpowiedzi, co pozwala zmierzyć reakcję konsumenta’: *Prowadzimy marketing bezpośredni.*

marketingowiec – poch. od marketing, rzecz. r. m., D. l. poj. marketingowca, M. l. mn. marketingowcy, D. l. mn. marketingowców;

‘osoba zajmująca się marketingiem’: *Zadzwoń do marketingowców, żeby ustalić strategię reklamową.*

zob. marketing

media – z ang. media ‘środki komunikacji społecznej’; M. l. mn. media, D. l. mn. mediów;

‘ogólna nazwa środków masowego przekazu’: *Za pomocą jakich mediów przekazujemy nasz komunikat? Współczesne media to jest czwarta władza.*

medium społecznościowe – D. l. poj. medium społecznościowego, M. l. mn. media społecznościowe, D. l. mn. mediów społecznościowych;

‘rodzaj środków masowego przekazu, gdzie informacja jest przekazywana za pośrednictwem serwisów internetowych, w ramach społeczności tworzonych poprzez użytkowników tych serwisów’: *Mało ludzi teraz nie korzysta z mediów społecznościowych. Media społecznościowe, jest to jeden z najgłośniejszych kanałów komunikacji reklamowej.*
zob. social media

medium – z ang. medium ‘środek komunikacji społecznej’; rzecz. r. n., D. l. poj. medium, M. l. mn. media, D. l. mn. mediów;

‘nośnik danych lub środek komunikacji pomiędzy ludźmi’: *Jakie medium było wykorzystywane do przekazania danych?*

meeting – z ang. meeting ‘posiedzenie’, ‘spotkanie’, rzecz. r. m., D. l. poj. meetingu, M. l. mn. meetingi, D. l. mn. meetingów;

‘biznesowe spotkanie lub posiedzenie’: *Mam meeting za pół godziny.*

zob. miting

meetup – z ang. meetup ‘organizowane spotkanie’, rzecz. r. m., D. l. poj. meetupu, M. l. mn. meetupy, D. l. mn. meetupów;

‘zorganizowane nieformalne spotkanie’: *Byłem na meetupie w Poznaniu dotyczącym zarządzania zespołami.*

menedżer – z ang. manager ‘kierownik’, ‘szef’, rzecz. r. m., D. l. poj. menedżera, M. l. mn. menedżerowie (menedżerzy), D. l. mn. menedżerów;

1. ‘osoba, która zawodowo zajmuje się realizacją procesu zarządzania, czyli planowaniem i podejmowaniem decyzji, organizowaniem, przewodzeniem – motywowaniem i kontrolowaniem’: *Menedżer sprzedaży, kontroluje cały dział sprzedaży. Każdy dziła ma swojego menedżera.*

2. ‘program komputerowy ułatwiający zarządzanie używanymi plikami lub programami’: *Korzystać z menedżera zadań w pracy.*

zob. manager

menedżer projektu – z ang. project manager ‘kierownik projektu’; D. l. poj. menedżera projektu, M. l. mn. menedżerowie projektów, D. l. mn. menedżerów projektów;

‘kierownik przedsięwzięć, które mają na celu stworzenie unikalnej usługi lub produktu w korporacji IT’: *Dla skutecznej realizacji zadania niezbędne jest zatrudnienie wykwalifikowanego menedżera projektów.*

zob. PM, project manager

mentoring – z ang. mentoring ‘dawanie rad i nauk’, ‘opieka’, rzecz. r. m., D. l. poj. mentoringu, M. l. mn. mentoringi, D. l. mn. mentoringów;

‘forma efektywnego szkolenia i adaptacji pracownika. Polega na opiece mentora (opiekuna) podczas rozwijania kompetencji oraz realizacji ścieżki zawodowej osoby szkolonej’: *W naszej firmie, każda nowa osoba otrzymuje własnego mentora, który czuwa nad wdrażaniem pracownika.*

menu – z ang. menu ‘szczegółowa lista’, rzecz. r. n., nieodmienny;

‘zestaw funkcji programu lub urządzeń elektronicznych, takich jak komputer, telefon komórkowy, aparat fotograficzny, pojawiający się na ekranie lub wyświetlaczu’: *Kliknij w menu po lewej stronie. Wejdź w menu i wybierz opcje.*

merdżować – z ang. merge ‘scalać’, ‘łączyć’, czas. niedok., merdżuję, merdżujesz, merdżuj, merdżował;

‘scalać, łączyć coś w jedną całość’: *Te dokumenty należy zmerdżować, wysłać do administracji.*

merge – z ang. merge ‘scalać’, ‘łączyć’; rzecz.;

‘scalenie czegokolwiek w jedną całość, na przykład kodu programistycznego lub tekstu’: *Wyślij do mnie merge dla kontroli wersji.*

messenger – z ang. messenger ‘posłaniec z wiadomością’, rzecz. r. m., D. l. poj. messenger, M. l. mn. messengery, D. l. mn. messengerów;

‘program, który służy jako komunikator, jest wykorzystywany jako narzędzie do wymiany wiadomościami przez Internet’: *Napisz mi na maila lub bezpośrednio na firmowym messengerze.*

Messenger – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. messenger, M. l. mn. messengery, D. l. mn. messengerów;

‘dedykowane narzędzie do komunikacji tekstowej, głosowej i wideo za pośrednictwem Internetu, autorem którego jest firma Facebook’: *Wyślij wiadomość na Messengera.*

middle₁ – z ang. middle ‘środkowy’, rzecz., D. l. poj. middla, M. l. mn. middle, D. l. mn. middlów/middli;

‘określenie poziomu kompetencji i umiejętności pracownika lub jego stanowiska jako średnie’: *Ten programista jest middlem.*

middle₂ – z ang. middle ‘środkowy’, przym.;

‘taki, który pod względem poziomu kompetencji i umiejętności pracownika lub jego stanowiska jest średni: *Middle project manager.*

middle office – z ang. middle office ‘dział pośredni’;

‘element struktury współczesnej korporacji, który odpowiada za monitorowanie i przekazywanie informacji poszczególnym działom na przykład back office lub do front office’: *Dostaliśmy przekazanie z middle office, musimy opracować.*

mieć call’a – z ang. ‘mieć rozmowę telefoniczną’;

‘odbyć lub mieć zaplanowaną rozmowę telefoniczną lub telekonferencję sprawach służbowych najczęściej z ważną osobą lub klientem’: *Zapraszam do salki konferencyjnej, mamy call’a z klientem.*

zob. call, telko

milestone – z ang. milestone ‘kamień milowy’, rzecz. r. m., D. l. poj. milestone’a, M. l. mn. milestone’y, D. l. mn. milestone’ów;

‘kluczowy punkt projektu, bardzo ważny przełomowy moment w pracy nad projektem’: *Dopiero po osiągnięciu danego milestone’a, dostaniecie premię.*

mindset – z ang. mindset ‘sposób myślenia’; rzecz.;

‘nastawienie, sposób myślenia’: *Nasz kierownik ma swój mindest. Musicie zmienić swój mindset i nastawienie do pracy.*

misnąć – z ang. miss ‘pomiąć’; czas. dok., (misnę), misniesz, misnij, misnął;

‘pomiąć, zapomnieć’: *Zapiszmy to na whiteboardzie, żebyśmy tego nie misnęli.*

miting – z ang. ‘spotkanie’; rzecz. r. m., D. l. poj. mitingu, M. l. mn. mitingi, D. l. mn. mitingów;

‘w języku korporacji, to oznacza mieć biznesowe spotkanie, zebranie, posiedzenie’: *Mam miting. Podsumujmy miting i zrobmy rollout na resztę marketu. Zbriefuj mi miting asap.*
zob. meeting

mobilny – z ang. mobile ‘ruchomy’, przym.;

‘taki, który odnosi się do urządzeń przenośnych – smartfonów, telefonów komórkowych’
zob. aplikacja mobilna, appka, smartfon

mockup – z ang. mockup ‘makieta’, ‘prototyp’, rzecz. r. m., D. l. poj. mockupu, M. l. mn. mockupy, D. l. mn. mockupów;

‘model lub prototyp czegoś wykonany w celu demonstracyjnym. Może być wykonany w formie graficznej i prezentować projekt w otoczeniu, w jakim będzie występować w rzeczywistości’: *Jestem pod wrażeniem mockupu. Mockup telefonu. Potrzebuję mockup. Mockupy apki z pop-upem.*

model biznesowy – D. l. poj. modelu biznesowego, M. l. mn. modele biznesowe, D. l. mn. modeli biznesowych;

‘określony plan i schemat działania przedsiębiorstwa, który ma na celu wygenerować przychód i maksymalizować zysk, co pozwala prognozować efektywność gospodarczą firmy’: *Przyjeliśmy taki model biznesowy, który aktualnie przynosi największy zysk.*

monetyzacja – poch. od moneta; rzecz. r. ż., D. l. poj. monetyzacji, M. l. mn. monetyzacje, D. l. mn. monetyzacji;

‘otrzymanie dochodu z projektu IT, na przykład z prowadzenia strony internetowej czy aplikacji mobilnej’: *Po osiągnięciu planowanej liczby użytkowników, zaczynam monetyzację strony.*

monitoring – z ang. monitoring ‘śledzenie’, rzecz. r. m., D. l. poj. monitoringu, M. l. mn. monitoringi, D. l. mn. monitoringów;

‘śledzenie zmian’: *Monitoring zmian na stronie. Program monitoringu media.*

Mordor – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. mordora, M. l. mn. (mordory), D. l. mn. (mordorów);

‘nieformalne, ekspresywne określenie osiedla biurowców z korporacjami w Warszawie, znajdujących się przy ulicy Domaniewskiej. Termin pochodzi od nazwy złowrogiej krainy w cyklu powieści J. R. R. Tolkiena *Władca Pierścieni*’: *W Mordorze to blisko jedna piąta biur stoi pusta. Pracuję w Mordorze.*

mulić/zamulać – czas. niedok./dok., mulę/zamulam, mulisz/zamulasz, (-)/zamulaj, mulił/zamulał;

‘działać bardzo wolno, zacinać się’: *Strasznie zamula mi komp. Za dużo przepracowałem, już zamulam.*

N

nerd – z ang. nerd ‘kujon’, ‘nudziarz’, rzecz. r. m., D. l. poj. nerda, M. l. mn. nerdy, D. l. mn. nerdów;

„osoba, która pasjonuje się informatyką czy grami komputerowymi, często jest geniuszem, ale nie dba o formę fizyczną i w odróżnieniu od geeka nieprzystosowana do życia społecznego, nie utrzymuje stosunków towarzyskich’: *Co za nerd z niego.*

zob. geek, haker

net – poch. od ‘Internet’, rzecz. r. m., D. l. poj. netu, M. l. mn. (nety), D. l. mn. (netów);

‘potoczne określenie sieci Internet’: *Szukać w necie. Połączenie z netem. Pobrać z netu.*

networking – z ang. networking < ang. net ‘sieć’ + work ‘praca’, rzecz. r. m., D. l. poj. networkingu, M. l. mn. networkingi, D. l. mn. networkingów;

‘działanie ukierunkowane na nawiązywanie relacji biznesowych i międzyludzkich w celu współpracy, wymiany wiedzą i umiejętnościami’: *Jadę na konferencję w celu networkingu.*

netykieta – poch. od net + etykieta ‘zbiór dobrych praktyk, zasad’, rzecz. r. ż., D. l. poj. netykiety, M. l. mn. netykiety, D. l. mn. netykiet;

‘zbiór etykietalnych zasad uczciwego zachowania w Internecie’: *Podstawowe zasady netykiety. Netykieta od dawien dawna określa, że stopka emailowa nie powinna mieć więcej niż 4 linijki.*

news – z ang. news ‘wiadomość’, ‘nowość’, rzecz. r. m., D. l. poj. newsa, M. l. mn. newsy, D. l. mn. newsów;

‘potoczne określenie informacji z ostatniej chwili, nowość’: *Przyszedł taki news. W załączniku treść newsa.*

newsletter – z ang. newsletter ‘biuletyn informacyjny’, rzecz. r. m. D. l. poj. newslettera, M. l. mn. newslettersy, D. l. mn. newsletterów;

‘biuletyn informacyjny, elektroniczny, wysyłany za pomocą poczty elektronicznej w sposób stały do posiadanej bazy adresowej. Zawiera treści różnego rodzaju, na przykład informacyjne lub sprzedażowe oraz realizowany z określoną częstotliwością’: *Prześlij mi plik html zawierający newsletter o targetowaniu.*

nick / nickname – z ang. nickname / nick ‘pseudonim’, ‘identyfikator’;

‘pseudonim, którym posługuje się użytkownik systemu komputerowego’: *Jaki jest twój nick na czacie? Podaj swój nick jako login.*

zob. login

ninja – z jap. ninja ‘tajemniczy wojownik’; w analizowanym leksykonie także z ang. ninja ‘odważny wojownik’, rzecz. r. m., nieodmienny lub D. l. poj. ninji, M. l. mn. ninje, D. l. mn. ninjów;

‘specjalista posiadający wysokie kompetencje na swoim stanowisku w pewnym zakresie unikalną wiedzę’: *Przekazujemy zadanie do naszego ninja teamu, oni na pewno dadzą radę to rozwiązać.*

non-profit – z ang. non-profit ‘niedochodowy’;

‘organizacja, która prowadząc swoją działalność nie jest nastawiona na zysk, a skupia się na wspieraniu prywatnego lub publicznego dobra, uzyskując niezbędne środki finansowe z budżetów publicznych’: *Współpracujemy z organizacjami non-profit.*

no stress – z ang. no stress ‘bez stresu’

‘określenie, które oznacza podejście do czegoś bez stresu, na spokojnie’: *No stress, ogarniemy to.*

notyfikacja – (z łac. notificatio); w analizowanym leksykonie także z ang. notification ‘akt przekazywania informacji’, rzecz. r. ż., D. l. poj. notyfikacji, M. l. mn. notyfikacje, D. l. mn. notyfikacji;

‘powiadomienie, poinformowanie otrzymane w formie elektronicznej’: *Otrzymać notyfikację o aktualizacji strony. Notyfikacja o dostępności towaru w sklepie internetowym. Notyfikacja o włączeniu usługi elektronicznej.*

O

odpalić taska – z ang. task ‘zadanie’, odmienny tylko drugi człon: task, D. l. poj. taska, M. l. mn. taski, D. l. mn. tasków;

‘włączyć do wykonania zadanie systemowe lub cykliczne’: *Po zakończeniu prac wdrożeniowych odpal taski systemowe.*

zob. task

off-topic – z ang. off-topic ‘nie na temat’;

1. ‘wypowiadanie się nie na temat’: *Proszę nie pisz off-topic na tym czacie.*

2. ‘rodzaj czatu, gdzie można rozmawiać nie na temat pracy’: *Wrzuć na off-topic pytanie o zamówienie jedzenia na dowóz.*

offline – z ang. off-line ‘poza linią’;

‘coś, co może być wykorzystywane bez utrzymywania połączenia z siecią lub tryb pracy, podczas którego urządzenie działa w odłączeniu od sieci komputerowej’: *Niektóre witryny internetowe i serwisy są dostępne w trybie offline.*

okejka – poch. od OK / okey pot. ‘w porządku, zgoda, tak’, rzecz. r. ż., D. l. poj. okejki, M. l. mn. okejki, D. l. mn. okejek;

‘potoczne określenie, wyrażające zgodę lub potwierdzenie czegoś równoznaczne wyrazowi okey’: *A masz okejkę od dyrektora?*

onboarding – z ang. onboarding ‘przyjęcie na pokład’<=ang. onboard ‘na pokładzie’, rzecz. r. m. D. l. poj. onboardingu, M. l. mn. onboardingi, D. l. mn. onboardingów;

‘proces wdrażania nowego pracownika czy nowego członka zespołu do firmy’: *Proces onboardingu. Przewidujemy wspólny onboarding dla kilku osób.*

online – ang. on-line ‘na linii’;

‘status użytkownika, serwera lub innego podmiotu związany z dostępem do łącz komunikacyjnych, na przykład Internet’: *Jestem cały czas online, proszę dzwonić. Komputer widoczny online.*

zob. online’owy, onlinowy

online’owy – z ang. on-line ‘na linii’, przym.;

‘taki, który jest połączony przez Internet i aktywny’: *Online’owy proces zakupowy staje się coraz bardziej popularny. Próbuję zdać kursy onlinowe. Online’owy magazyn dla kobiet.*

zob. online,

on-premises – z ang. on-premises ‘lokalny’

‘model biznesowy, w którym oprogramowanie jest instalowane na infrastrukturze klienta i pozostaje jego wyłączną własnością. W tym modelu klient jest odpowiedzialny za utrzymanie sprzętu oraz licencja jest rozliczana w formie jednorazowej opłaty’: *Stawiamy system u klienta on-premises. Instalacja on-premises.*

zob. SaaS

opcja – (z łac. optio ‘wolny wybór’), w analizowanym leksykonie także z ang. option ‘alternatywa’; rzecz. r. ż., D. l. poj. opcji, M. l. mn. opcje, D. l. mn. opcji;

‘jedna z możliwości do wyboru lub jedna z możliwości działania programu mobilnego albo komputerowego, którą jego użytkownik wybiera z menu’: *Wybierz opcję z menu.*

open source – z ang. open source ‘otwarte źródło’;

‘typ oprogramowania z otwartym kodem źródłowym, co pozwala na samodzielne modyfikowanie oraz rozbudowę, a jego licencja pozwala na nieodpłatne legalne kopiowanie’: *Duże firmy chętniej korzystają z oprogramowania open source niż mniejsze.*

zob. open sourcowy, open source’owy

open sourcowy – z ang. open source ‘otwarte źródło’, przym.;

‘typ oprogramowania z otwartym kodem źródłowym, co pozwala na samodzielne modyfikowanie oraz rozbudowę, a jego licencja pozwala na nieodpłatne legalne kopiowanie’: *Open sourcowy silnik pod gry.*

zob. open source, open source'owy

open source'owy – z ang. open source ‘otwarte źródło’; przym;

‘typ oprogramowania z otwartym kodem źródłowym, co pozwala na samodzielne modyfikowanie oraz rozbudowę, a jego licencja pozwala na nieodpłatne legalne kopiowanie’: *Żeby uznać program za open source'owy, musi on spełniać właściwe niezbędne warunki. Open Source'owy telefon.*

zob. open source, open sourcowy

open space – ang. open space ‘otwarta przestrzeń’;

‘przestronne pomieszczenie, otwarta przestrzeń biurowa, gdzie jest dużo stanowisk do pracy i siedzą pracownicy, przeważnie niższych szczebli’: *Idę przez open space i spotykam managera i team leadera.*

oprogramować – poch. od programować ‘tworzyć programy informatyczne’, czas. dok., oprogramowuję, oprogramowujesz, oprogramuj, oprogramował;

‘stworzyć program całościowo lub jego częściową funkcjonalność’: *Oprogramuj mi import danych z pliku excel.*

oprogramowanie – poch. od program ‘zestaw sekwencji wykonywanych przez komputer zapisanych językiem informatycznym’, rzecz. r. n., D. l. poj. oprogramowania, M. l. mn. oprogramowania, D. l. mn. oprogramowań;

‘program lub zestaw programów, wykonujących jakąś funkcję’: *Instalacja pełnego oprogramowania nie może być taka szybka, to zajmuje sporo czasu. Dla rozszerzenia funkcjonalności trzeba instalować dodatkowe oprogramowanie.*

optymalizacja – (z łac. optimus ‘najlepszy’); w analizowanym leksykonie także z ang. optimalization ‘udoskonalanie’; rzecz. r. ż., D. l. poj. optymalizacji, M. l. mn. optymalizacje, D. l. mn. optymalizacji;

‘działanie, polegające na dostosowaniu strony internetowej lub całego serwisu do osiągnięcia najlepszych wyników’: *Strona ładuje zbyt długo, jest niezbędna optymalizacja.*

order – z ang. order ‘zamówienie’, rzecz. r. m., D. l. poj. orderu, M. l. mn. ordery, D. l. mn. orderów;

‘określenie zamówienia w komunikacji korporacyjnej’: *Przełącz mi proszę order do opracowania.*

outsorce – poch. od ang. outside resource using ‘wykorzystanie zewnętrznych źródeł’;
‘metoda działania firmy, która polega na wykorzystywaniu źródeł zewnętrznych w celu realizacji własnych funkcji albo zlecenie wykonywania pewnego rodzaju usług firmie zewnętrznej’: *Mockup wyślemy na outsource. Zlecimy accounting na outsource.*

zob. outsourcing

outsourcing – z ang. outsourcing < ang. outside resource using ‘wykorzystanie zewnętrznych źródeł’, rzecz. r. m., D. l. poj. outsourcingu, M. l. mn. outsourcingi, D. l. mn. outsourcingów;

‘wykorzystywanie źródeł zewnętrznych przez firmę dla realizacji własnych funkcji albo zlecenie wykonywania pewnego rodzaju usług firmie zewnętrznej’: *Outsourcing zadań firmowych. Wykonanie grafiki zlecimy na outsourcing. Outsourcing IT. W obrębie IT jest outsourcing, zwłaszcza w kontekście Helpdesk.*

zob. outsource

over time – z ang. over time ‘ponad czas’;

‘praca wykonywana w czasie ponad normowym’: *Czas od czasu pracuję over time. Mamy możliwość pracy over time w firmie, co teraz jest rzadkością.*

overview – z ang. overview ‘ogólny opis’, ‘przeгляд’; rzecz.;

‘przeгляд lub ogólny opis czegoś’: *Prześlij mi overview najnowszych trendów. Overview konferencji.*

owner – z ang. owner ‘właściciel’, rzecz. r. m., D. l. poj. ownera, M. l. mn. ownery/ownerzy, D. l. mn. ownerów;

‘uproszczona nazwa właściciela produktu, czyli product ownera z zespołu scrumowego lub właściciela w innym kontekście’: *Wizja ownera jest kluczowa w rozwoju produktu.*

owocowy wtorek – D. l. poj. owocowego wtorku, M. l. mn. owocowe wtorki, D. l. mn. owocowych wtorków;

‘określenie dnia, w którym korporacja IT zapełnia swoim pracownikom owoce, jako benefit’: *Lubię nasze owocowe wtorki.*

P

pan/pani kanapka – ‘osoba, która przynosi kanapki do budynku/biura, które można kupić na śniadanie’: *Pani kanapka w biurze, wpadajcie kto chce.*

pdf – z ang. pdf < ang. portable document format ‘przenośny format dokumentów’, rzecz. r. m., D. l. poj. pdfa, M. l. mn. pdfy, D. l. mn. pdfów;
‘format pliku, który służy do prezentacji, przenoszenia i drukowania treści tekstowo-graficznych’: *Zapiszę ten dokument jako pdf. Prześlij mi pdfa z dokumentacją o projekcie.*

pendrive – z ang. pendrive ‘małe urządzenie elektroniczne służące do przechowywania danych cyfrowych’, rzecz. r. m., D. l. poj. pendrive’a, M. l. mn. pendrive’y, D. l. mn. pendrive’ów;
‘niewielkie urządzenie przenośne przeznaczone do przechowywania danych cyfrowych, które łączy się do komputera przez port USB’: *Wrzuć na pendrive’a prezentację. Trzymać info na pendrivie.*

personalizacja – z ang. personalization ‘przystosowanie do potrzeb osoby’, rzecz. r. ż., D. l. poj. personalizacji, M. l. mn. personalizacje, D. l. mn. personalizacji;

1. ‘dostosowanie programu lub innego produktu IT do indywidualnych potrzeb użytkownika (klienta)’: *Personalizacja gra ważną rolę w dotarciu do klienta indywidualnego.*

2. ‘nadanie cech osobowości automatycznemu masowemu przekazowi za pomocą wcześniej uzyskanych informacji o osobie otrzymującej komunikat. Specjalne ustawienie w formułowaniu komunikatu (wiadomości, mailu itd.), które w wyniku generuje zwracanie się po imieniu do odbiorcy komunikatu marketingowego lub maila albo uwzględnianie płci’: *W ostatnie czasy, jest bardziej profesjonalnie, kiedy wiadomości marketingowe, którymi komunikujemy się do naszych odbiorców są spersonalizowane.*

zob. customizacja, kastomizacja

phishing – z ang. phishing ‘wyłudzenie informacji’, rzecz. r. m., D. l. poj. phishingu, M. l. mn. phishingi, D. l. mn. phishingów;

‘metoda oszustwa internetowego lub forma kradzieży tożsamości, polegająca na podszywaniu się pod realne godne zaufania osoby, firmy lub instytucje za pomocą wysyłania fałszywych maili, który wyglądają niemal identycznie do wysyłanych przez legalne organizacje. W takich wiadomościach oszust może skłonić odbiorcę do podania poufnych danych osobistych, takich jak dane karty kredytowej, hasła, dane kont bankowych’: *Sukces phishingu jest związany z niskim poziomem świadomości użytkownika.*

piarowiec – poch. od PR [pi-ar], rzecz. r. m., D. l. poj. piarowca, M. l. mn. piarowcy, D. l. mn. piarowców;

‘osoba zajmująca się nawiązaniem kontaktów z otoczeniem, czyli public relations’: *Pracuję jako piarowiec.*

zob. PR

piem – poch od PM [pi-em], rzecz. r. m., D. l. poj. piema, M. l. mn. piemowce, D. l. mn. piemowców;

‘potoczne określenie kierownika projektów, czyli osoby zajmującej się prowadzeniem projektów’: *Idziemy na spotkanie piemowców. Dana kwestia należy do kompetencji piema.*

zob. PM, kierownik projektu, project manager

platforma – (z fr. plate-forme ‘płaski kształt’); w analizowanym leksykonie także z ang. platform ‘pomost’; rzecz. r. ż., D. l. poj. platformy, M. l. mn. platformy, D. l. mn. platform; ‘serwis lub program, z którego korzysta użytkownik dla osiągnięcia konkretnego swojego celu’: *Na platformie Windows. Platforma edukacyjna. Platforma szkoleniowa. Twitter, to mało popularna w Polsce platforma.*

playlista – z ang. playlist ‘lista odtwarzania’, rzecz. r. ż., D. l. poj. playlisty, M. l. mn. playlisty, D. l. mn. playlist;

‘lista wybranych utworów muzycznych, która jest stworzona na podstawie stylu, popularności, autora lub innych konkretnych cech czy też może być listą ulubionej muzyki danej osoby’: *Jakiej muzyki słuchasz dla motywacji w pracy? – słucham własnej playlisty na Spotify.*

płyta główna – z ang. motherboard ‘najważniejsza część obwodu drukowanego’; D. l. poj. płyty głównej, M. l. mn. płyty główne, D. l. mn. płyt głównych;
‘płytką obwodu drukowanego, na której montuje się i która łączy wszystkie najważniejsze elementy urządzenia elektronicznego’: *Wymienić płytę główną w telefonie / komputerze.*

podlinkować – poch. od link ‘adres łącza internetowego’, czas. dok., podlinkuję, podlinkujesz, podlinkuj, podlinkował;
‘podłączyć dokument, plik lub moduł w systemie komputerowym za pomocą używania hiperłączy’: *Podlinkować obrazki na stronie. Podlinkować ikonki mediów społecznościowych.*
zob. linkować

pop-up – z ang. pop-up ‘wyskakujące okienko’, rzecz. r. m., D. l. poj. pop-upu, M. l. mn. pop-upy, D. l. mn. pop-upów;
‘małe okno pojawiające się na stronie internetowej, aby przyciągać uwagę odwiedzających oraz pozyskiwać nowych subskrybentów’: *Chodzi o to, aby użytkownik po wejściu na stronę, dostał np. pop-up z dostępem do demo.*

post – z ang. post ‘nadawać’, ‘wysłać pocztą’, rzecz. r. m., D. l. poj. posta, M. l. mn. posty, D. l. mn. postów;
‘typ aktywności użytkownika w formie wpisu, komunikatu, komentarza lub wiadomości, wysłanej na forum, stronę w mediach społecznościowych czy opublikowanej na blogu’:
Wrzuc post na fejsa oraz insta. Ile postów robisz dziennie?

praca zdalna – D. l. poj. pracy zdalnej, M. l. mn. prace zdalne, D. l. mn. prac zdalnych;
‘wykonywanie swoich obowiązków zawodowych na odległość, nie przebywając bezpośrednio w biurze’: *Jutro jestem na pracy zdalnej. Załatwiłem sobie pracę zdalną.*
zob. remote, HO, home office

PR agencja – z ang. PR (public relations) agency ‘agencja relacji publicznych’, odmienny tyłk odrugi człon: agencja, D. l. poj. agencji, M. l. mn. agencje, D. l. mn. agencji;
‘firma świadcząca usługi w zakresie reklamy’: *PR agencja będzie zajmowała się promowaniem marki.*
zob. agencja piarowa, agencja reklamowa

preview – z ang. preview ‘podgląd’; rzecz.;

‘możliwość zobaczenia czegoś przed pokazaniem publiczności. Poprzedni podgląd projektu, który pokazuje jak on będzie wyglądać po publikacji czasem wykorzystywany dla zapowiedzi i reklamy’: *System w wersji Preview otrzymuje wczesne aktualizacje. Sprawdź czy opcja preview jest włączona.*

Prezi – nazwa własna, rzecz. r. ż., nieodmienny;

‘program przeznaczony do tworzenia prezentacji’: *Działam w prezii. Tworzę prezentacje w prezii.*

prezka – poch. od prezentacja, rzecz. r. ż., D. l. poj. prezki, M. l. mn. prezki, D. l. mn. prezek;

‘potoczne określenie pokazu slajdów przygotowanego na spotkanie z klientem’: *Przygotowałem prezkę na spotkanie. Odpalam prezkę, żeby pokazać nasze wyniki.*

price list – z ang. price list ‘cennik’, rzecz. r. m., D. l. poj. price listu, M. l. mn. price listy, D. l. mn. price listów;

‘cennik towarów lub usług’: *Otrzymaliśmy price list od firmy kurierskiej. Przeanalizować price list.*

Prince2 / Prince – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. Prince’a, M. l. mn. Prince’o, D. l. mn. Prince’ów;

‘ustrukturyzowana metodologia zarządzania projektami oraz program certyfikacji praktyków’: *Planuję zdawać egzamin z Prince’a. Pracujemy według metodologii Prince2.*

priorytet – (z niem. Priorität); por. ang. priority ‘pierwszeństwo’, rzecz. r. m., D. l. poj. priorytetu, M. l. mn. priorytety, D. l. mn. priorytetów;

‘coś, co jest ważniejsze do wykonania, ma pierwszeństwo przed czymś innym’: *Przy planowaniu sprintu ustalamy priorytety. Mam priorytet do wykonania.*

priv – poch. od ang. private ‘osobisty’, rzecz. r. m., D. l. poj. priva, M. l. mn.(privy), D. l. mn. (privów);

‘prywatny status przesyłania wiadomości tekstowych, używany jako zachęta do kontaktu w przestrzeni prywatnej, a nie publicznej’: *Napisz mi na priv. Więcej info na priv. Pisz priv.*

zob. pm

producent – rzecz. r. m., D. l. poj. producenta, M. l. mn. producenci, D. l. mn. producentów;

‘osoba lub firma zajmująca się wytwarzaniem, wyrobem pewnego produktu: towaru, usługi skierowanych do sprzedaży’: *Producent oprogramowania. Zalecenia producenta oprogramowania dotyczące instalacji.*

product owner – z ang. product owner ‘właściciel produktu’; odmienny tylko drugi człon: owner, D. l. poj. ownera, M. l. mn. ownery/ownerzy, D. l. mn. ownerów;

‘stanowisko kierownicze w zespole scrumowym, zadaniem którego, jest czuwanie nad pracą zespołu deweloperskiego, decydowanie co i do kiedy powinno zostać zaimplementowane podczas najbliższej pracy zespołu oraz na podstawie potrzeb zgłaszanych przez klienta tworzy pełne opisy wymagań, odpowiada za wizję i wartość produktu’: *Jestem product ownerem. Product owner rozmawia z developerami.*

zob. zespół scrumowy, PO

produkcja – (z łac. productio ‘wytworzenie’); poch. od środowisko produkcyjne, rzecz. r. ż., D. l. poj. produkcji, M. l. mn. produkcje, D. l. mn. produkcji;

‘środowisko, sprzęt i oprogramowanie zainstalowane dla użytkownika lub klienta, na którym moduł lub system informatyczny w wersji ustabilizowanej i przetestowanej będzie używany według założenia autorów w celu realizacji postawionych przed nim zadań’: *Wrzucić poprawkę na produkcję. Start produkcyjny systemu. Od początku miesiąca projekt rusza na produkcji. Nowa wersja weszła na produkcję.*

zob. test, staging, środowisko produkcyjne

profit – z ang. profit ‘zysk’, rzecz. r. m., D. l. poj. profitu, M. l. mn. profity, D. l. mn. profitów;

‘zysk lub dochód otrzymany w wyniku pewnej działalności albo ze sprzedaży czegoś’: *Afiliacja przynosi niezły profit. Jaki profit otrzymamy ze wspomnianej współpracy? Generuję profit.*

program – (gr. prographiein ‘pisz publicznie’), w analizowanym leksykonie także z ang. programme / program ‘zestaw sekwencji wykonywanych przez komputer zapisanych językiem informatycznym’ rzecz. r. m., D. l. poj. programu, M. l. mn. programy, D. l. mn. programów;

‘zakodowane instrukcje do automatycznego wykonywania określonego zadania oraz do sterowania działaniem komputera lub innego urządzenia. Jest bytem niepodzielnym z punktu widzenia kodu źródłowego’: *Odpal program na kompie. Zainstalować program do nagrywania ekranu.*

zob. aplikacja, oprogramowanie, program afiliacyjny, programista

program afiliacyjny – D. l. poj. programu afiliacyjnego, M. l. mn. programy afiliacyjne, D. l. mn. programów afiliacyjnych;

‘rodzaj programu partnerskiego między reklamodawcą, a właścicielem strony internetowej, bloga lub innego medium, który polega na generowaniu ruchu lub sprzedaży dla reklamodawcy, w wyniku której afiliant otrzymuje prowizję’: *Podłączamy programy afiliacyjne do naszego bloga; zarabiamy na programach afiliacyjnych.*

zob. afiliacja, afiliant

programista – poch. od program ‘zestaw sekwencji wykonywanych przez komputer zapisanych językiem informatycznym’; rzecz. r. m., D. l. poj. programisty, M. l. mn. programiści, D. l. mn. programistów;

‘osoba zajmująca się programowaniem i pisaniem programów komputerowych’: *Zatrudniamy nowego programistę.*

programmer – z ang. programmer ‘programista’ rzecz. r. m., D. l. poj. programmera, M. l. mn. programmersi, D. l. mn. programmersów;

‘osoba zajmująca się programowaniem i pisaniem programów komputerowych’: *Programmersi nam ogarną tego taska.*

programowanie – poch. od programować ‘pisać programy informatyczne’; rzecz. r. m., D. l. poj. programowania, M. l. mn. programowania, D. l. mn. programowań;

‘tworzenie programu komputerowego lub jego części, pisanie kodu programistycznego’: *Zajmuję się programowaniem aplikacji webowych. Programowanie aplikacji mobilnych jest teraz na topie.*

project manager – z ang. project manager ‘kierownik projektu’; odmienny tylko drugi człon: manager, D. l. poj. managera, M. l. mn. managery/managerzy/managerowie, D. l. mn. managerów;

‘kierownik projektu w korporacji IT’: *Zatrudniłmy project managera dla zarządzania projektem wdrożenia systemu księgowego.*

zob. PM, menedżer projektu, kierownik projektu, piem.

projekt – (z łac. proiectus ‘wysunięty do przodu’), w analizowanym leksykonie także z ang. project ‘przedsięwzięcie’; rzecz. r. m., D. l. poj. projektu, M. l. mn. projekty, D. l. mn. projektów;

‘tymczasowe przedsięwzięcie, które ma na celu stworzenie unikalnej usługi lub produktu’: *Zakres projektu nie przewiduje zwiększenia budżetu.*

projektować – poch. od projekt, czas. niedok., projektuję, projektujesz, projektuj, projektował;

‘opracowywać projekt’: *Projektować aplikację webową.*

protip – z ang. protip < ang. professional ‘profesjonalny’ + ang. tip ‘wskazówka’, rzecz. r. m., D. l. poj. protipa, M. l. mn. protipy, D. l. mn. protipów;

‘krótka wartościowa wskazówka lub porada od osoby, która dobrze zna dany temat’: *Taki protip na przyszłość, jeśli przypadkowo zamkniesz zakładkę w przeglądarce, to Ctrl+Shift+T ją przywraca.*

proxy – z ang. proxy ‘pełnomocnictwo’; rzecz.

‘serwer pośredniczący wraz z odpowiednim oprogramowaniem, odpowiadający za komunikację między użytkownikiem, a serwerem docelowym, który nie ujawnia tożsamości użytkownika’: *Mam własne proxy. Działamy przez proxy.*

public – z ang. public ‘publicznie’; rzecz.

‘rodzaj fora lub grupy dyskusyjnej, które mają formę publiczną, a konwersację mogą przeczytać bez ograniczeń inni uczestnicy’: *Napisz na public.*

pulpit zdalny – D. l. poj. pulpitu zdalnego, M. l. mn. pulpity zdalne, D. l. mn. pulpitów zdalnych;

‘rozwiązanie, które umożliwia udostępnienie obrazu z ekranu jednego komputera użytkownikowi innego komputera’: *Wbić się na pulpit zdalny. Dostęp do pulpitu zdalnego.*

Q

quality content – z ang. quality content ‘treść jakościowa’;

‘wysoka jakość treści na stronach internetowych, która wpływa na pozycjonowanie strony w wyszukiwarkach internetowych’: *Musimy produkować quality content dla lepszego pozycjonowania w gościach.*

quick call – z ang. quick call ‘szybkie połączenie’;

‘krótkie połączenie telefoniczne lub internetowe w celu uszczegółowienia lub doprecyzowania konkretnego tematu’: *Chciałbym poprosić o quick call, żeby ustalić termin spotkania analitycznego.*

quiz – z ang. quiz ‘test’, ‘sprawdzian’, rzecz. r. m., D. l. poj. quizu, M. l. mn. quizy, D. l. mn. quizów;

‘rodzaj rozrywki lub zabawy intelektualnej dla kilku osób. Zamieniło w polszczyźnie odpowiednik kwiz’: *W ramach szkolenia przeprowadzamy quiz. Quiz dla w ramach team buildingu.*

queue – z ang. queue ‘kolejka; szereg elementów’; rzecz.;

‘kolejka z szeregu jakichkolwiek elementów’: *Zajrzyj do queue, czy zadanie zostało wykonane.*

R

rada starszych – odmienny tylko pierwszy człon: D. l. poj. rady starszych, M. l. mn. rady starszych, D. l. mn. rad starszych;

‘spotkanie kierowników albo zarządu’: *Mam radę starszych. Rada starszych o 12:00.*

randomowy – z ang. random ‘przypadkowy’, ‘losowy’, przym.;

‘taki, który jest przypadkowy lub losowy’: *Randomowy człowiek. Randomowy plik.*

rastrowy – z ang. raster ‘siatka dwuwymiarowa’, przym.;

‘taki, który się odnosi do jednego z dwóch podstawowych rodzajów dwuwymiarowej grafiki komputerowej w formie siatki (matrycy) drobnych punktów, tak zwanych pikseli; każdy cyfrowo zdefiniowany piksel ma własny, osobny kolor, a cały obraz składa się z tysięcy pikseli’: *Podeślij plik rastrowy.*

zob. wektorowy

ready – z ang. ready ‘gotowy’, przym.;

‘taki, który jest gotowy’: *Jestem ready. Dokumentacja jest ready, można wysłać do klienta.*

record – z ang. record ‘zapis’, rzecz. r. m., D. l. poj. recordu, M. l. mn. recordy, D. l. mn. recordów;

‘jakikolwiek zapis lub wpis’: *Record w CRMie.*

recover – z ang. recover ‘odnowić’; rzecz.;

‘wznowienie lub odnowienie czegoś’: *Zrobić recover plików.*

redesign strony – z ang. page redesing ‘zmiana wyglądu strony’ D. l. poj. redesignu strony, M. l. mn. redesigny stron, D. l. mn. redesignów stron;

‘zmiana wyglądu strony’: *Zrobić redesign strony.*

reels – z ang. reel ‘rolka’; rzecz.

‘nagranie wideo o trwałości od 3 do 60 sekund w formacie pionowym, które jest publikowane w mediach społecznościowych, do tego wideo można dodać efekty, naklejki oraz dźwięk’: *Publikuję reels na Insta. Dodamy reels z kluczowymi produktami.*

referral – z ang. referral ‘kierowanie’, ‘odsyłanie’, rzecz. r. m., D. l. poj. referralu/referralsa, M. l. mn. referrali, D. l. mn. referralów;

1. ‘czynność odesłania lub przekierowania kogoś w Internecie do innego miejsca, strony lub portalu w celu uzyskania potrzebnych informacji’: *Zarejestrować się przez referral.*

2. ‘użytkownik, który trafił na stronę za pośrednictwem innej witryny internetowej, gdzie został umieszczony link polecający’: *Ruch na stronie może pochodzić z wielu różnych źródeł, sesje z grup dyskusyjnych może być tagowany, jako referral.*

reklama – (z łac. reclamo ‘krzyczę, protestuję’), rzecz. r. ż., D. l. poj. reklamy, M. l. mn. reklamy, D. l. mn. reklam;

‘działanie, celem którego jest zachęcić potencjalnych klientów do zakupu towaru lub usługi’: *Aktywnie prowadzimy reklamę internetową oraz przez influencerów.*

zob. PR

release – z ang. release ‘wydanie’, ‘opublikowanie’; rzecz.;

‘wersja produktu uznana za stabilną i gotową do wypuszczenia na rynek, czyli gotowa do upublicznienia’: *Wydajemy release raz na pół roku.*

zob. deploy, wdrożenie

render – z ang. render ‘przetworzyć’, rzecz. r. m., D. l. poj. rendera, M. l. mn. rendery, D. l. mn. renderów;

‘wizualizacja komputerowa lub wynik wyświetlenia modelu obrazu, który może być zapisany w pliku. Czasem również oznacza już gotowy plik obrazu czy wideo uzyskany po renderowaniu’: *Oczekuję renderów. Przesłać rendery filmików reklamowych.*

renderować – z ang. render ‘przetworzyć’, czas. niedok., renderuję, renderujesz, renderuj, renderował;

‘otrzymywać obraz z jego modelu w odpowiednim programie komputerowym’: *Zanim renderują się filmiki, mogą iść na obiad, bo to zajmie trochę czasu.*

remote – z ang. remote ‘zdalnie’; rzecz.;

‘wykonywanie swoich obowiązków zawodowych na odległość, nie przebywając bezpośrednio w biurze’: *Jutro jestem na remote.*

zob. praca zdalna, HO, Home Office

request – z ang. request ‘żądanie’, ‘prośba’, rzecz. r. m., D. l. poj. requesta, M. l. mn. requesty, D. l. mn. requestów;

‘prośba, zapytanie lub żądanie’: *Wyślij mi requesta na maila, wtedy będę mogła zainstalować Ci system.*

requestować – z ang. request ‘prośba’, ‘żądanie’, czas. niedok., requestuję, requestujesz, requestuj, requestował;

‘prosić, zgłaszać zapotrzebowanie, prosić o podanie dodatkowych informacji, danych’: *Musimy zarequestować nowy rzutnik do salki konferencyjnej.*

requirement – z ang. requirement ‘wymaganie’;

1. ‘wymóg lub warunek odnośnie określonej funkcjonalności, która ma zostać zaimplementowana’: *Doszedł nowy requirement do funkcjonalności po omówieniu z klientem.*

2. ‘oficjalny dokument opisujący określoną funkcjonalność, która ma zostać zaimplementowana’: *Sprawdzić requirement odnośnie ficzera.*

research – z ang. research ‘badanie’, ‘poszukiwanie’, rzecz. r. m., D. l. poj. researcha, M. l. mn. recherche, D. l. mn. researchów;

‘badanie, rozeznanie pewnego tematu, uzyskanie bardziej szczegółowej wiedzy na pewny temat’: *Zrobiłem dziś researcha w tym temacie, wyniki przedstawię na prezentacji.*

reset – z ang. reset ‘ustawić ponownie’;

1. ‘wyłączenie dowolnego urządzenia elektronicznego i ponowne uruchomienie w celu ponownego załadowania systemu operacyjnego, sterowników i innego oprogramowania’;

2. ‘przywracanie dowolnego urządzenia elektronicznego do ustawień fabrycznych lub standardowych’;

zob. resetować, restart

resetować – z ang. reset ‘ustawić ponownie’; czas. niedok., resetuję, resetujesz, resetuj, resetował;

„przywracać dowolne urządzenia elektroniczne do ustawień fabrycznych lub standardowych’: *Zresetować hasło. Resetować ustawienia. Zresetować telefon/laptop.*

zob. reset, restart

resource – z ang. resource ‘zasób’, ‘środek’, rzecz. r. m., D. l. poj. resource’a, M. l. mn. resource’y, D. l. mn. resource’ów;

‘człowiek, jako zasób ludzki, pracownik firmy, członek zespołu’: *Z mniejszymi resource’ami udało nam się zrealizować wszystkie assignmenty. Ile mamy wolnych resource’ów w tym tygodniu?*

responsywny – z ang. responsive ‘czuły’, ‘wrażliwy’, przym.;

‘dostosowujący się do szerokości ekranu komputera, telefonu’: *Responsywny design strony. Responsywna aplikacja. Responsywny interfejs.*

restart – z ang. restart ‘uruchomić ponownie’;

‘wyłączenie dowolnego urządzenia elektronicznego lub cyfrowego w celu ponownego uruchomienia systemu operacyjnego, sterowników i innego oprogramowania’: *Kliknąć restart w celu ponownego uruchomienia komputera.*

review – z ang. review ‘przegląd’; rzecz.

‘recenzja, przegląd czy ocena publikacji, produktu, usługi lub firmy’: *Zrobić review tekstu. Review strony.*

roaming – z ang. roaming < ang. roam ‘wędrować’, rzecz. r. m., D. l. poj. roamingu, M. l. mn. roamingi, D. l. mn. roamingów;

‘usługa umożliwiająca abonentowi sieci komórkowej do korzystania z usług obcych sieci, kiedy on znajduje się poza zasięgiem sieci domowej, na przykład za granicą’: *Włączyć opcję roaming. Rozmawiać w roamingu.*

rollout – z ang. rollout ‘rozwińnięcie’, ‘wdrożenie’, rzecz. r. m., D. l. poj. rolloutu, M. l. mn. rollouts, D. l. mn. rolloutów;

‘wejście na rynek nowego produktu czy usługi lub rozszerzenie działalności marketingowej firmy na nowym terenie’: *Podsumujmy meeting i zrobmy rollout na resztę marketu. Rollout projektu.*

root – z ang. root ‘korzeń’;

‘poziom uprawnień pewnego użytkownika, który ma pełną kontrolę oraz dostęp do wszystkich komend i plików ukrytych oraz zabezpieczonych w systemie operacyjnym’:

Dostać się do root. Root w telefonie.

route – z ang. route ‘trasa’, ‘droga’;

‘trasa między sieciami informatycznymi’: *Błąd przy routowaniu adresów URL.*

S

sales – z ang. sale ‘sprzedaż’;

1. ‘sprzedaż lub obroty w firmie’: *Odbędzie się szkolenie sprzedażowe massive sales.*

2. ‘dział sprzedaży’: *Jestem stażystą w dziale Sales. Staż w dziale Sales i Marketing.*

Salesforce – nazwa własna, rzecz. r. m., nieodmienny;

‘amerykański serwis chmurowy, który dostarcza dla przedsiębiorstw usługi do zarządzania relacjami i obsłudze klienta, tak zwany system CRM, a także inne usługi automatyzacji marketingu, analizie i rozwoju aplikacji’: *Salesforce to CRM działający w chmurze. Robię karierę w salesforce.*

scancelować – z ang. cancel ‘odrzuć’, ‘odwołać’, ‘usunąć’, czas. dok., scanceluję, scancelujesz, scanceluj, scancelował;

‘anulować lub odwołać coś’: *Menedżment scancelował dzisiejszy meeting*

scope – z ang. scope ‘zakres’;

‘zakres działania nad projektem’: *Ustalić scope z klientem. Scope standardowy. Scope projektu. Scope potwierdzony, możemy działać.*

scraper – z ang. scraper ‘skrobak’, rzecz. r. m., D. l. poj. scrapera, M. l. mn. scrapery, D. l. mn. scraperów;

‘program komputerowy przetwarzający strony internetowe, który jest wykorzystywany, jako narzędzie do wydobywania użytecznych danych z nich’: *Odpalimy scrapera do pobrania świeżych danych ze strony. Do zasilenia bazy danych skorzystamy ze scrapera, chociaż to jest średnio legalne, dopóki nas nie zablokują.*

screen – z ang. screen ‘ekran’, rzecz. r. m., D. l. poj. screena, M. l. mn. screeny, D. l. mn. screenów;

1. ‘ekran urządzenia elektronicznego, zazwyczaj komputera lub smartfona’: *Co jest widoczne na screenie?*

2. ‘używane również jako skrót od screenshot’: *Rzuć mi screena na maila. Screen z aplikacji. Zrobić screena na kompie.*

screenshot – z ang. screenshot ‘zdjęcie ekranu’ < ang. screen ‘ekran’ + ang. shot ‘strzał’, ‘nagranie’, rzecz. r. m., D. l. poj. screenshota, M. l. mn. screenshotsy, D. l. mn. screenshotsów;

‘zrzut ekranu lub przechwytywanie ekranu, co jest obrazem cyfrowym wykonanym przez użytkownika w celu nagrania części lub wszystkich elementów wyświetlanych na monitorze’: *Prześlij mi screenshota i zaznacz miejsce, w którym powstaje problem.*

scrum – z ang. scrum – derywat od ang. scrummage ‘szuranie’, rzecz. r. m., D. l. poj. scrumu, M. l. mn. scrumy, D. l. mn. scrumów;

‘metodyka zwinna wykorzystywana do zarządzania projektami i wytworzenia produktu, oparta na zasadach Agile, która jest pewnym schematem prezentującym ramy postępowania przy kreowaniu produktu, rozwiązywaniu złożonych problemów, adaptacji produktu do wymagań klienta’: *Mamy scruma.*

zob. scrumowy, scrum master

scrumowy – poch. od scrum; przym.

‘określenie czegoś, co jest związane z metodologią scrum’: *Zespół scrumowy.*

zob. scrum, scrum master

scrum master – z ang. scrum master ‘mistrz scrumu’, odmienny tylko drugi człon: master, D. l. poj. мастера, M. l. mn. mastery, D. l. mn. masterów;

‘osoba, która pełni jedną z głównych ról w scrumie i jej podstawowym zadaniem jest wsparcie i kontrola za dostrzeganiem zasad, reguł i praktyk scrumu w zespole’: *Wsparcie scrum мастера. Zostać scrum masterem.*

zob. scrum, scrumowy

sejlsmen – z ang. salesman ‘sprzedawca’, rzecz. r. m., D. l. poj. sejlsmena, M. l. mn. sejlsmeny, D. l. mn. sejlsmenów;

‘sprzedawca’: *Sejlsmen z działu salesforce pracuje nad tym zadaniem.*

sejw – z ang. save ‘zapisać’, rzecz. r. m., D. l. poj. sejwa, M. l. mn. sejwy, D. l. mn. sejwów;

‘zapisanie czegoś, na przykład bieżącej pracy, do pamięci komputera’: *Zrób sejwa, żeby nic nie zniknęło. Czas od czasu klikaj sejwa, żeby nie stracić zmian.*

zob. sejwować

sejwować – z ang. save ‘zapisać’, czas. niedok., sejwuję, sejwujesz, sejwuj, sejwował;

‘zapisać trwale coś do pamięci systemu komputerowego’: *Kto często sejwuje ten krócej pracuje.*

zob. sejw

send out – z ang. send out ‘wysłać’;

‘wysłać coś do klienta, na przykład projekt strony’: *Zrobić send out*

senior – z ang. senior ‘starszy’, rzecz. r. m., D. l. poj. seniora, M. l. mn. seniorzy, D. l. mn. seniorów;

‘umowny tytuł odnośnie umiejętności danej osoby, który określa osobę, jako straszą w zespole’: *Został seniorem. Senior developer. Senior Account.*

senior account – z ang. senior account ‘starszy opiekun klienta’;

‘stanowisko pracy, na którym osoba jest odpowiedzialna za utrzymanie kontaktów z klientami firmy oraz przekazywanie zamówień i uwag od klienta do odpowiednich działów firmy’: *Kandydat na rozmowie opowiedział, że zajmował stanowisko senior account managera.*

zob. account manager

senior accountant – z ang. senior accountant ‘starszy księgowy’;

‘stanowisko pracy, na którym osoba prowadzi rejestr pieniędzy otrzymanych, zapłaconych i należnych do firmy lub osoby’: *Mamy otwartą rekrutację na stanowisko senior accountant.*

zob. accountant, senior

serwer – z ang. server ‘urządzenie obsługujące’, rzecz. r. m., D. l. poj. serwera, M. l. mn. serwery, D. l. mn. serwerów;

‘komputer lub program przeznaczony do obsługi użytkowników przez udostępnianie ich komputerom swoich zasobów i wykonywanie otrzymanych poleceń’: *Stworzyć serwer. Zainstalować serwer. Program obciąża serwer.*

setup – z ang. setup ‘ustawienie’, rzecz. r. m., D. l. poj. setupu, M. l. mn. setupy, D. l. mn. setupów;

1. ‘proces instalacji programu komputerowego, ustawienie lub sposób, w jaki coś jest konstruowane, aranżowane albo planowane’: *Wstrzymajmy się z decyzją do czasu aż będą nowe setupy.*

2. ‘usytuowanie, rozmieszczenie rzeczy’: *Wygodny setup na stole*

share – z ang. share ‘dzielić się czymś’, rzecz. r. m., D. l. poj. share’a, M. l. mn. share’y, D. l. mn. share’ów;

‘udostępnianie innym pewnej wybranej informacji w Internecie’: *Dla uzyskania zasięgu postu na facebook liczą się share’y.*

zob. szerować

shit – z ang. shit ‘gówno’; wykrzyk.;

‘wulgaryzm, wykorzystywany jako przekleństwo wyrażające rozdrażnienie’: *O shit, co się dzieje z tym Internetem?*

shortcut – z ang. shortcut ‘skrót do czegoś’ < ang. short ‘krótki’ + ang. cut ‘ciąć’, ‘cięcie’; ‘skrót do czegoś, przeważnie skrót klawiszowy na klawiaturze komputerowej używany w celu szybkiego wywołania jakiejś funkcjonalności’: *Może jest jakiś shortcut żeby zrobić screen?*

sieć (komputerowa) – por. ang. web ‘sieć pajęczą’; rzecz. r. ż., D. l. poj. sieci, M. l. mn. sieci, D. l. mn. sieci;

‘zbiór niezależnie działających komputerów i innych urządzeń, połączonych ze sobą przewodowymi albo bezprzewodowymi kanałami komunikacyjnymi, co pozwala na

wymianę informacji między nimi’: *Próbuję połączyć się do sieci. Uzyskać dostęp do sieci. Połączenie do sieci zostało przerwane.*

site – z ang. website ‘strona internetowa’, rzecz. r. m., D. l. poj. site’u, M. l. mn. (site’y), D. l. mn. (site’ów);
‘strona internetowa’: *Zaprojektować site.*

skajpować – poch. od Skype, czas. niedok. skajpuję, skajpujesz, skajpuj, skajpował;
‘dzwonić w Internecie za pomocą programu Skype’: *Od miesiąca skajpuję z klientem i nie mogę dopiąć umowy.*
zob. Skype, skajpowy

skajpowy – poch. od Skype, przym.;
‘taki, który ma związek z programem Skype przeznaczonym do dzwonienia przez Internet’: *Skajpowe spotkanie.*
zob. skajpować, Skype

skan – z ang. scan ‘przeszukiwanie’, ‘przeglądanie’, rzecz. r. m., D. l. poj. skanu, M. l. mn. skany, D. l. mn. skanów;
‘cyfrowy obraz lub kopia uzyskana w wyniku odczytywania dokumentu przy użyciu skanera’: *Przesłać skan dokumentu. Wystarczy przesłać skan dokumentu mailem, a oryginał może być wysłany pocztą.*
zob. skanować

skanować – z ang. scan ‘przeszukiwać’, ‘przeglądać’ czas. niedok., skanuję, skanujesz, skanuj, skanował;
‘używać urządzenia elektronicznego w celu kopiowania dokumentu do pliku cyfrowego’: *Zeskanować fakturę. Przez cały dzień skanuję dokumenty.*
zob. skan

sklep online – por. ang on-line shop; odmienny tylko pierwszy człon: sklep, D. l. poj. sklepu, M. l. mn. sklepy, D. l. mn. sklepów;
‘portal internetowy, który daje możliwość kupowania i sprzedawania produktów przez Internet’: *Odwiedzić sklep online.*

zob. e-commerce, sklep internetowy, e-sklep

sklep internetowy – por. ang. Internet shop; D. l. poj. sklepu internetowego, M. l. mn. sklepy internetowe, D. l. mn. sklepów internetowych;

‘portal w Internecie, który daje możliwość kupowania i sprzedawania produktów przez Internet’: *Założyć sklep internetowy.*

zob. e-commerce, e-sklep, sklep online

Skype – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. skype’a, M. l. mn. (skype’y), D. l. mn. (skype’ów);

‘program, który umożliwia prowadzenie rozmów głosowych oraz wideo i wymianę wiadomości na czacie’: *Proszę o namiar na Skype’a. Połączmy się na Skype.*

zob. skajpować, skajpowy

Slack – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. slacku, M. l. mn. slacki, D. l. mn. slacków;

‘aplikacja do grupowej komunikacji, która funkcjonuje w chmurze i oferuje zestaw narzędzi dla współpracy zespołowej’: *Napisz na slacku. Dołącz do kanału na slacku.*

slajd – z ang. slide ‘ślizgać się’, rzecz. r. m., D. l. poj. slajdu, M. l. mn. slajdy, D. l. mn. slajdów;

‘podstawowy element prezentacji i animacji komputerowej, jest odpowiednikiem pojedynczej klatki w filmie’: *Zaprezentować slajd z prezentacji. Poprawić slajdy przed zaprezentowaniem.*

slide – z ang. slide ‘ślizgać się’;

‘podstawowy element prezentacji i animacji komputerowej, jest odpowiednikiem pojedynczej klatki w filmie’: *Popraw ostatni slide w prezentacji. Usunąć ostatni slide.*

slider – z ang. slider ‘suwak’, rzecz. r. m., D. l. poj. slideru, M. l. mn. slidery, D. l. mn. sliderów;

‘suwak, przycisk (fizyczny albo wirtualny), który można przesuwac lub zestaw obrazów, które zmieniają się automatycznie’: *Button pod sliderem. Wrzucić nowy baner na slider.*

small talk – z ang. small talk ‘mała rozmowa’;

‘krótka niezobowiązująca rozmowa na dowolny nieistotny temat, której celem jest wypełnienie niewygodnej ciszy, uniknięcie nieporadności i umilenie czasu. Odbywa się na przykład na spotkaniach biznesowych pod czas czekania na innych uczestników’: *Przed prezentacją prowadzę z klientem small talk, żeby zapoznać się z jego wiedzą i rozluźnić atmosferę.*

smartfon – z ang. smartphone < ang. smart ‘mądry’ + ang. phone ‘telefon’, rzecz. r. m., smartfona, smartfony, smartfonów;

‘telefon komórkowy z funkcją komputera kieszonkowego’: *Muszę użyć smartfona do przetestowania nowej aplikacji.*

smart – z ang. smart ‘bystry’, ‘sprytny’, ‘inteligentny’;

‘termin, który może określać coś co jest inteligentne, sprytne, nowoczesne używany w formie przedrostka lub przymiotnika’: *Smart dom i smartfon. Zegarek i telewizor smart.*
zob. SMART

smart casual – z ang. smart casual ‘elegancki na co dzień’;

‘jeden z rodzajów dress code’u, który charakteryzuje się starannym, swobodnym, eleganckim strojem, łączącym w sobie klasyczne elementy z oryginalnymi akcentami i może być noszony na co dzień w pracy, podczas mniej oficjalnych spotkań biznesowych, w podróżach służbowych, a także w przypadku nieoficjalnych wydarzeń’: *Na wydarzeniu obowiązuje dress code w stylu smart casual.*

sms-ować – poch. od SMS, czas. niedok. sms-uję, sms-ujesz, sms-uj, sms-ował;

‘głównie w języku mówionym: wysyłać wiadomości SMS’: *Nie sms-uj mnie po godzinie 22. Po wyrażeniu zgody, możemy sms-ować klientów o nowych ofertach.*

social media – z ang. social media ‘media społecznościowe’;

‘rodzaj środków masowego przekazu, gdzie informacja jest przekazywana za pośrednictwem serwisów internetowych, w ramach społeczności tworzonych poprzez użytkowników tych serwisów’: *Zarządzanie profilami firmy w social mediach. Podamy informację na naszych social mediach.*

zob. media społecznościowe

soft – poch. od software, rzecz. r. m., D. l. poj. softu, M. l. mn. softy, D. l. mn. softów;
‘oprogramowanie komputera’: *Firma zajmuje się produkcją softu.*

software – z ang. software ‘oprogramowanie’;
‘oprogramowanie komputera’: *Dostarczamy software.*

software house – z ang. software house ‘dom oprogramowania’, odmienny tylko drugi człon: house, D. l. poj. house’u, M. l. mn. house’y, D. l. mn. house’ów;
‘rodzaj firmy IT, która zajmuje się tworzeniem aplikacji lub produktów programistycznych na zamówienie’: *Praca w software housie. Software house’y często mają nieuporządkowaną ścieżkę kariery i awansu.*

sorry – z ang. sorry ‘przepraszać’, wykrz., nieodmienny;
‘odpowiednik pol. *przepraszam*’: *Sorry, dziś nie dam rady. Sory, ja o 11 mam inne spotkanie, proponuję przenieść na jutro.*

spam – z ang. spam ‘mielonka’, rzecz. r. m., D. l. poj. spamu, M. l. mn. spamy, D. l. mn. spamów;
‘niepożądana informacja, niechciana korespondencja masowa otrzymywana w wiadomościach elektronicznych’: *Filtry antyspamowe po stronie klienta.*

spec – poch. od ‘specjalista’, rzecz. r. m., D. l. poj. specy, M. l. mn. specy, D. l. mn. speców;
‘specjalista w firmie IT’: *Nasz spec od IT.*

specka – poch. od specyfikacja, rzecz. r. ż., D. l. poj. specki, M. l. mn. specki, D. l. mn. specek;
‘specyfikacja techniczna projektu’: *Podeslij proszę speckę od projektu.*

specyfikacja – (z łac. specificatio ‘wyszczególnienie’); w analizowanym leksykonie także z ang. specification ‘wyszczególnienie’; rzecz. r. ż., D. l. poj. specyfikacji, M. l. mn. specyfikacje, D. l. mn. specyfikacji;
‘szczegółowe dane techniczne projektu’: *Bez zaakceptowanej specyfikacji produktu, realizacja projektu jest niemożliwa.*

spin-off – z ang. spin-off ‘odprysk’, ‘efekt uboczny’;

‘działanie lub firma poboczna, powstała na bazie organizacji macierzystej, która polega na komercjalizacji badań naukowych, innowacyjnym pomysłem, rozwija poboczne wątki na bazie popularności macierzystego produktu’: *Rozwijamy nowy spin-off na bazie naszej aplikacji.*

sponsoring – z łac. sponsum ‘poręczenie’, ‘zobowiązanie’, ‘układ’, por. ang. sponsorship ‘wsparcie finansowe’ rzecz. r. m., D. l. poj. sponsoringu, M. l. mn. sponsoringi, D. l. mn. sponsoringów;

‘umową partnerską, która przewiduje korzyści dla obu stron oraz polega na finansowym, usługowym lub rzeczowym wsparciu innego podmiotu, czego celem jest zapewnienie przedsiębiorstwu korzyści rynkowych’: *Sponsoring na tle zmniejszonej skuteczności reklamy, pozwala dotrzeć do właściwej grupy docelowej.*

spreadsheet – z ang. spreadsheet ‘arkusz kalkulacyjny’;

‘arkusz kalkulacyjny wykorzystywany do organizowania i analizy danych w formie tabelarycznej’: *Odpal spreadsheet i wyrabiaj target.*

sprint – z ang. sprint ‘szybki bieg’, rzecz. r. m., D. l. poj. sprintu, M. l. mn. sprinty, D. l. mn. sprintów;

‘jeden z podstawowych elementów metody Scrum, który można określić, jako etap realizacji projektu ograniczony czasowo (od jednego do czterech tygodni), w którym konkretnie ustalone zadania podczas trwania projektu nie powinny podlegać zmianie, a członkowie zespołu powinni wzajemnie się wspierać’: *Zgłoszenie ujęte w sprincie. Do którego sprinta wejdzie dawno oczekiwana zmiana?*

spreparować brief – z ang. to prepare a brief ‘przygotować krótki opis’, odmienny tylko pierwszy człon spreparować, czas. dok., spreparuję, spreparujesz, spreparuj, spreparował; ‘przygotować krótki opis działania lub zadania’: *Spreparować brief i wysłać do menedżera.*

zob. brief

stacja robocza – D. l. poj. stacji roboczej, M. l. mn. stacje robocze, D. l. mn. stacji roboczych;

‘komputer przeznaczony do bezpośredniej pracy’: *Prozę, żeby na stacjach roboczych nie było żadnych plików prywatnych tylko praca. Dany program znajdziesz domyślnie na swojej stacji roboczej.*

staging – z ang. staging ‘inscenizacja’, rzecz. r. m., D. l. poj. stagingu, M. l. mn. stagingi, D. l. mn. stagingów;

‘etap przedprodukcyjnego testowania projektu lub startupu albo bezpośrednio specjalne wirtualne środowisko, na którym jest testowany produkt informatyczny, które ma miejsce po etapie testowym i poprzedza etap produkcyjny’: *Poprawki są na stagingu. Program aktualnie znajduje się na stagingu.*

zob. pre-prod

stakeholder – z ang. stakeholder ‘interesariusz’, rzecz. r. m., D. l. poj. stakeholdera, M. l. mn. stakeholderzy, D. l. mn. stakeholderów;

‘osoba, grupa osób czy organizacja, która ma kluczowy interes lub udział w podejmowaniu decyzji i działaniu korporacji, organizacji lub projektu’: *Zależy, czy nasi stakeholderzy podejmą taką decyzję. Muszę skontaktować się z głównym staholderem w celu otrzymania decyzji.*

zob. interesariusz

standby – z ang. standby ‘gotowość’, ‘stan uśpiania’; rzecz., D. l. poj. standby’u, M. l. mn. [standby’e], D. l. mn. [standby’ów];

‘stan gotowości do pracy; także: nieefektywne wykonywanie pracy przez dłuższy czas, bez przerwy’: *Pracować na standby’u.*

start – z ang. start ‘początek’, rzecz. r. m., D. l. poj. startu, M. l. mn. starty, D. l. mn. startów;

‘początek działalności czegoś’: *Start produkcyjny. Start projektu. Start wdrożenia. Dać start projektowi.*

zob. wystartować; startować

startować – poch. od start; czas. niedok. startuję, startujesz, startuj, startował;

‘rozpocząć jakąś działalność, pracę nad czymś’: *Na początku miesiąca starujemy z projektem.*

zob. wystartować; start

startup – z ang. start-up ‘założyć coś’, rzecz. r. m., D. l. poj. startupu, M. l. mn. startupy, D. l. mn. startupów;

1. ‘nowo założone innowacyjne przedsiębiorstwo z szansą na szybki i dochodowy rozwój’: *Mamy świetny pomysł i zakładamy startup, będzie to najbardziej innowacyjny produkt.*

2. ‘firma w początkowym stadium rozwoju’: *Stworzyłem startup, teraz pracuję nad jego rozwojem. Pierwszy dzień pracy w startupie software’owym.*

zob. jednorożec

step by step – z ang. step-by-step; przysł.;

‘robić coś krok po kroku’: *Pobierasz instrukcję i step by step przechodzisz cały proces instalacji.*

sticker – z ang. sticker ‘nalepka’, ‘naklejka’, rzecz. r. m., D. l. poj. stickera, M. l. mn. stickery, D. l. mn. stickerów;

‘grafika lub obrazek w formie elektronicznej, używany do oznakowania czegoś’: *Dodaliśmy nowe trendy stickery do chatu.*

stopka – rzecz. r. ż., D. l. poj. stopki, M. l. mn. stopki, D. l. mn. stopek;

‘obszar z informacją kontaktową na dolnym marginesie na końcu strony, e-maila lub newslettera’: *Wrzuć kontakt do stopki. Poprawić stopkę.*

stories – z ang. story ‘opowieść’;

‘krótkie relacje wideo lub zdjęcia w formie slajdów publikowane w mediach społecznościowych i dostępne do obejrzenia przez najbliższe 24 godziny od daty opublikowania, po czym znikają lub przenoszone do archiwum’: *Nagrywam stories na Instagramie. Publikacja w stories.*

stream – z ang. stream ‘strumień’, rzecz. r. m., D. l. poj. streamu, M. l. mn. streamy, D. l. mn. streamów;

‘technika dostarczania informacji multimedialnej do użytkownika w sposób nieprzerwany, rzeczywisty’: *Proszę nie przeszkadzać, mam włączony stream. Stream na facebooku.*

zob. live

streamingowy – z ang. streaming ‘przesyłanie strumieniowe’, przym.;

‘określenie czegoś, co powiązane z przesyłaniem strumieniowym informacji’: *Platforma streamingowa. Kanał streamingowy.*

stress management – z ang. stress management ‘zarządzanie stresem’;

‘zarządzanie stresem to najbardziej popularne i obiecujące podejście do problematyki zwalczania stresu w miejscu pracy’: *Firma podejmuje działania związane z stress management w celu zwiększenia wydajności pracowników.*

strona internetowa – z ang. Internet site; D. l. poj. strony internetowej, M. l. mn. strony internetowe, D. l. mn. stron internetowych;

‘dokument kodowany w HTML zawierający informacje w postaci tekstu, obrazu lub dźwięku udostępniony w Internecie przez serwer WWW pod konkretnym adresem i prezentowany prezentowanych za pomocą przeglądarki internetowej’: *Zaprojektować stronę internetową. Odwiedzić stronę internetową firmy.*

zob. strona WWW, blog, fan page, landing page, home page

strona landingowa – z ang. landing page ‘strona docelowa’, D. l. poj. strony landingowej, M. l. mn. strony landingowe, D. l. mn. stron landingowych;

‘specjalna podstrona portalu internetowego, która ma za zadanie badać efektywność reklam w Internecie. Na niej zainstalowane są statystyki wizyt internautów i do niej kierują zazwyczaj wszystkie reklamy, dzięki czemu badanie efektywności jest łatwiejsze’: *Projekt strony landingowej musi być gotowy przed startem kampanii.*

zob. landing page

strona WWW – odmienny tylko pierwszy człon: strona, D. l. poj. strony, M. l. mn. strony, D. l. mn. stron;

‘dokument kodowany w HTML zawierający informacje w postaci tekstu, obrazu lub dźwięku udostępniony w Internecie przez serwer WWW pod konkretnym adresem i

prezentowany prezentowanych za pomocą przeglądarki internetowej’: *Strony WWW na zamówienie. Projektowanie strony WWW samodzielnie. Edycja strony WWW.*

zob. strona internetowa, blog, fan page, landing page, home page, WWW

sub – poch. od subskrybent lub subskrypcja, rzecz. r. m., D. l. poj. suba, M. l. mn. suby, D. l. mn. subów;

‘użytkownik śledzący określony serwis albo samo podpisanie się na powiadomienia od pewnego serwisu, bloga, kanału na YouTube’: *Na czacie mogą pisać tylko suby. Dawaj suba.*

zob. subskrybent, subskrypcja, subskrybować, lista subskrybentów

subskrybent – (z łac. subscribo ‘dopisuję’); w analizowanym leksykonie także z ang. subscriber ‘abonent’, ‘użytkownik’, ‘prenumerator’, rzecz. r. m., D. l. poj. subskrybenta, M. l. mn. subskrybenci, D. l. mn. subskrybentów;

‘osoba/użytkownik, który wyraził chęć na otrzymywanie informacji na określony temat, powiadomień o nowościach i ofert handlowych od konkretnego nadawcy lub serwisu internetowego’: *Subskrybenci otrzymują newsletter na e-mail. Jestem subskrybentem bloga.*

zob. sub, subskrypcja, subskrybować, lista subskrybentów

subskrybować – (z łac. subscribo ‘dopisuję’); w analizowanym leksykonie także z ang. subscribe ‘podpisywać się pod czymś’, ‘popierać’, czas. niedok., subskrybuję, subskrybujesz, subskrybuj, subskrybował;

‘korzystać z subskrypcji, obserwować jakiś temat, śledzić lub zapisać się na otrzymywanie powiadomień o nowościach czy propozycjach handlowych od pewnego dostawcy czy serwisu, podpisać się na kanał na YouTube’: *Subskrybuję newsletter sklepu. Subskrybuj mój lifestyle kanał na YT.*

zob. sub, subskrybent, subskrypcja

subskrypcja – (z łac. subscribo ‘dopisuję’); w analizowanym leksykonie także z ang. subscription ‘regularne otrzymywanie czegoś’ < z łac. subscriptio ‘cos napisane pod spodem’, rzecz. r. ż., D. l. poj. subskrypcji, M. l. mn. subskrypcje, D. l. mn. subskrypcji;

‘zobowiązanie do nabycia czegoś lub zapisanie się na regularne otrzymywanie informacji na jakiś temat lub od pewnego dostawcy czy serwisu’: *Masz aktualną subskrypcję na*

Spotify. Ponowić subskrybcję. Zrezygnować z subskrybcji. Subskrybuję kanał blogera o rozwoju personalnym.

zob. sub, subskrybent, subskrybować

supply planner – z ang. supply planner ‘planujący dostawy’ < ang. supply plan ‘plan zaopatrzenia’, odmienny tylko drugi człon: planner, D. l. poj. planner, M. l. mn. plannerzy, D. l. mn. plannerów;

‘zaopatrzeniowiec’: *Zarobki supply planner.*

support – z ang. support ‘wsparcie’, rzecz. r. m., D. l. poj. supportu, M. l. mn. supporty, D. l. mn. supportów;

‘wsparcie techniczne, pomoc techniczna, obsługa techniczna’: *Koleżanka siedzi dziś na support. Zadzwonić do supportu. Wysłać zgłoszenie/mail do supportu. Dostać odpowiedź od supportu.*

supportować – z ang. support ‘wsparcie’, czas. niedok. supportuję, supportujesz, supportuj, supportował;

‘pomóc przy jakiejś czynności albo wspieranie obsługi technicznej jakiejś usługi/produktu’: *Administrator będzie supportował przy instalacji nowego oprogramowania. Proszę mnie supportować na wideokonferencji. Apple przestał już supportować modele, które nie są sprzedawane powyżej 7 lat.*

swag – z ang. swag ‘styl’, ‘lans’, rzecz. r. m., nieodmienny;

‘młodzieżowe określenie stylu lub lansu, czyli chwalenie się wobec innych, swoim wyglądem i gadżetami’: *Każdy ma inny swag.*

zob. swaggowy

swaggowy – z ang. swag ‘styl’, ‘lans’, przym.;

‘młodzieżowy: taki, który ma związek z czymś zgodnym z obowiązującym stylem wyglądem lub z posiadanymi przez niego gadżetami’: *Mamy więc swaggowe buty, swaggowe ubrania i fryzury.*

zob. swag

swobodny piątek – D. l. poj. swobodnego piątku, M. l. mn. swobodne piątki, D. l. mn. swobodnych piątków;

‘ostatni dzień tygodnia roboczego, kiedy pracownicy mogą nosić w firmie ubrania w nieformalnym stylu’: *W firmie mamy wprowadzoną zasadę ‘swobodne piątki’, czyli w piątek przychodzimy bardziej na luzie.*

zob. casual friday

synchronizacja – (z gr. synchronos ‘równoczesny’), w analizowanym leksykonie także z ang. synchronization ‘zgodność w czasie’; rzecz. r. ż., D. l. poj. synchronizacji, M. l. mn. synchronizacje, D. l. mn. synchronizacji;

‘aktualizacja danych na różnych nośnikach medialnych’: *Nie zsynchronizowało się. Włączyć synchronizację między systemami. Skonfigurować synchronizację.*

szerować – z ang. share ‘dzielić się czymś’, ‘używać wspólnie’, czas. niedok. szeruję, szerujesz, szeruj, szerował;

‘udostępnić innym pewną wybraną informację albo pokazywać czy prezentować ekran komputera innej osobie’: *Kto będzie szerował skriny na meetingu?*

zob. share

środowisko – rzecz. r. n., D. l. poj. środowiska, M. l. mn. środowiska, D. l. mn. środowisk; ‘wirtualne miejsce, gdzie powinna być zainstalowana aplikacja w systemie komputerowym’: *Środowisko testowe. Środowisko produkcyjne. Na jakim środowisku postawić system.*

T

tablica kanbanowa – poch. od tablica + z jap. kanban ‘tablica z kartkami’, D. l. poj. tablicy kanbanowej, M. l. mn. tablice kanbanowe, D. l. mn. tablic kanbanowych;

‘podstawowy element metody zarządzania procesami, opracowany w Japonii dla systemu produkcyjnego Toyota, która polega na umieszczeniu kartek z zadaniami na tablicy z kolumnami’: *Założyć zadanie na tablicy kanbanowej. Śledzić projekt na tablicy kanbanowej.*

zob. kanban

tag – z ang. tag ‘znacznik’, rzecz. r. m., D. l. poj. taga, M. l. mn. tagi, D. l. mn. tagów;
‘słowo kluczowe czy znacznik przypisany do konkretnego fragmentu informacji, na przykład tekstu albo pliku multimedialnego, używane do opisywania informacji tekstowej i do klasyfikacji fragmentów tekstów’: *Wprowadzić/dodać tagi. Wyszukiwanie na stronie jest możliwe za pomocą tagów.*

zob. tagować

tagline – z ang. tagline ‘wyróżniająca się linijka tekstu’ < ang. tag ‘znacznik’ + ang. line ‘linia’, rzecz. r. m., D. l. poj. tagline’a, M. l. mn. tagline’y, D. l. mn. taglineów;
‘krótki, łatwy do zapamiętania tekst, slogan znajdujący się pod logotypem i służy do opisu serwisu czy marki’: *Stworzyć tagline dla celów reklamowych.*

zob. logo, logotyp

tagować – z ang. tag ‘znacznik’, czas. niedok., taguję, tagujesz, taguj, tagował;
‘przyswajać znaczniki odrębnym fragmentom tekstu lub innego pliku multimedialnego w celu ich klasyfikacji’: *Otagować post na fb. Tagować artykuł na blogu.*

zob. tag

tandem – (z łac. tandem ‘w jednej linii’), w analizowanym leksykonie także z ang. tandem ‘zespół dwu osób’; rzecz. r. m., D. l. poj. tandemu, M. l. mn. tandemy, D. l. mn. tandemów;
‘dwie osoby współpracujące ze sobą nad jednym tematem, projektem, sprawą’: *Robimy projekt w tandemie.*

tapnąć – z ang. tap ‘stukać’, ‘klepać’, czas. niedok., tapnę, tapniesz, tapnij, tapnął;
‘dotknąć palcem ekranu urządzenia dotykowego w odpowiednim miejscu, dla wykonania jakiejś funkcji’: *Przeciągnij ekran do góry i tapnij w przycisk wysłania formularza.*

zob. kliknąć

target – z ang. target ‘cel’, rzecz. r. m., D. l. poj. targetu, M. l. mn. targety, D. l. mn. targetów;

1. ‘grupa docelowa osób, do których jest kierowana oferta produktu lub usługi’: *Określenie targetu zwiększa szanse na zakup produktu.*

2. ‘normę pracownicza do wyrobienia w danym miesiącu’: *Odpal spreadsheet i wyrabiaj target. Macie zrobić target, asap! Przekroczyliśmy targety ubiegłoroczne o kilka procent.*

targetolog – z ang. target ‘cel’ + z gr. logos ‘słowo’, rzecz. r. m., D. l. poj. targetologa, M. l. mn. targetolodzy, D. l. mn. targetologów;

‘specjalista, zajmujący się tworzeniem reklam ukierunkowanych do odbiorców oraz tworzeniem i profilowaniem właściwych grup odbiorców’: *Agencja poszukuje osobę na stanowisko targetologa. Targetolodzy wykręcili kampanię i trafili w najlepszą grupę.*

targetować – z ang. target ‘celować’, ‘adresować’, czas. niedok., targetuję, targetujesz, targetuj, targetował;

‘selekcjonować lub kierować komunikat marketingowy do konkretnej grupy osób za pomocą segmentacji listy odbiorców’: *Należy targetować maksymalnie precyzyjnie. Targetuję ludzi.*

task – z ang. task ‘zadanie’, rzecz. r. m., D. l. poj. taska, M. l. mn. taski, D. l. mn. tasków;

‘czynność lub zadanie, które ma być wykonane przez pracownika’: *Codzienny task. Mam na dzisiaj za dużo tasków.*

zob. assignment, odpalić taska

team – z ang. team ‘zespół’, rzecz. r. m., D. l. poj. teamu, M. l. mn. teamy, D. l. mn. teamów;

‘zespół pracowników w strukturze organizacji korporacji, którzy wzajemnie współpracują w realizacji określonego celu’: *Poszukujemy do naszego teamu osoby, która czuje media społecznościowe. Pracuję w zagranicznym teamie.*

team building – z ang. team building ‘budowanie zespołu’, odmienny tylko drugi człon: building, D. l. poj. buildingu, M. l. mn. buildingi, D. l. mn. buildingów;

‘integracja grupy pracowników lub budowanie zespołu za pomocą różnego rodzaju technik, które pozwalają wzajemnie się poznać’: *Mamy team building, wyjeżdżamy na tydzień w góry.*

zob. integracja

team leader – z ang. team leader ‘lider zespołu’, odmienny tylko drugi człon: leader, D. l. poj. leadera, M. l. mn. leaderzy, D. l. mn. leaderów;

‘osoba zarządzająca zespołem w korporacji, zadaniem którego jest koordynowanie i nadzorowanie pracy danego zespołu pracowników, wyznaczanie zadań, celów dla poszczególnych członków zespołu, weryfikowanie postępów, nagradzanie, wyciąganie konsekwencji i motywowanie do działania’: *Zostałem team leaderem w korpo. Zwrócić się do team leadera o pomoc.*

zob. kierownik zespołu

Teams – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. teamsa, M. l. mn. teamsy, D. l. mn. teamsów;

‘program z grupy produktów od firmy Microsoft, pełna nazwa Microsoft Teams, który tworzy platformę do komunikacji, umożliwia prowadzenie rozmów głosowych oraz wideo, wymianę wiadomości na czacie’: *Spotykamy się na teamsie. Przeprowadzamy daily na teamsie.*

teamwork – z ang. teamwork ‘praca zespołowa’, rzecz. r. m., D. l. poj. teamworku, M. l. mn. teamworki, D. l. mn. teamworków;

‘praca zespołowa polegająca na współpracy, skutecznej komunikacji między poszczególnymi współpracownikami i realizacji wspólnego celu’: *Efektywny teamwork. Zasady teamworku. Atmosfera teamworku.*

teaser – z ang. teaser ‘zwiastun’, rzecz. r. m., D. l. poj. teasera, M. l. mn. teasery, D. l. mn. teaserów;

‘zwiastun produktu, zazwyczaj filmu, gry lub kampanii reklamowej, zawierający informacje o tym, co będzie zawierał w sobie produkt po jego udostępnieniu’: *Magda porobiła teasery na fb. Teaserowa kampania. Teasser został opublikowany w Internecie.*

technologia – z gr. techne ‘umiejętność’ + gr. logos ‘słowo’ rzecz. r. ż., D. l. poj. , M. l. mn. , D. l. mn. ;

1. ‘w znaczeniu ogólnym, zbiór metod, za pomocą których odbywa się przygotowanie i prowadzenie procesu wytworzenia albo przetwarzania jakiegoś dobra’: *Nauczyć się nowych technologii.*

2. ‘w znaczeniu informatycznym, jest to zbiór metod, który polega na zbieraniu, przechowywaniu, przetwarzaniu, przesyłaniu oraz prezentacji informacji w formie tekstów, obrazów, dźwięku’: *Wykorzystujemy technologię AI do tworzenia treści marketingowych.*

Telegram – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. telegrama, M. l. mn. telegramy, D. l. mn. telegramów;

‘aplikacja mobilna i webowa do szyfrowanej komunikacji tekstowej, głosowej, wideo z możliwością tworzenia kanałów komunikacyjnych’: *Wprowadzamy do komunikacji firmowej Telegrama, jest szyfrowany. Prześlij wiadomość na telegramie.*

telekonferencja – z ang. teleconference ‘konferencja, spotkanie na odległość’; rzecz. r. ż., D. l. poj. telekonferencji, M. l. mn. telekonferencje, D. l. mn. telekonferencji;

‘rozmowa zdalna z użyciem dźwięku i wideo za pośrednictwem połączenia internetowego’: *Planuję telekonferencję z klientem na wtorek. Salka zarezerwowana pod telekonferencję.*

zob. telko

telko – poch. od ‘telekonferencja’, rzecz. r. n., nieodmienny;

‘skrótowa nazwa telekonferencji w komunikacji korporacyjnej, która oznacza, że w rozmowie bierze udział więcej niż dwie osoby’: *Ok, teraz mam daily, tak że czekam na info po Twojej telko. Za minutę mam umówione telko. Sorry, mam telko w sprawie nie pobierania się maili na produkcji.*

zob. telekonferencja, call

templatka – z ang. template ‘szablon’, rzecz. r. ż., D. l. poj. templatki, M. l. mn. templatki, D. l. mn. templatek;

‘gotowy szablon graficzny strony internetowej’: *Załadować templatkę strony landingowej.*

terminal – (z łac. terminalis ‘końcowy’); w analizowanym leksykonie także z ang. terminal ‘końcowy’, rzecz. r. m., D. l. poj. terminalu, M. l. mn. terminale, D. l. mn. terminalów;

1. ‘interfejs komputerowy albo środowisko wejścia i wyjścia tekstu na komputerze’: *Wpisać komendę w terminalu.*

2. ‘końcowe urządzenie telekomunikacyjne np. telefon, modem, telewizor, komputer’: *Korzystać z terminalu. Ustawienia terminalu.*

test – z ang. test ‘sprawdzanie’, rzecz. r. m., D. l. poj. testu, M. l. mn. testy, D. l. mn. testów;

1. ‘czynność polegająca na sprawdzeniu czegokolwiek, jego poprawności, skuteczności lub efektu działania’: *Robię test nowego samochodu. Test kampanii reklamowej. Test projektu przed startem produkcyjnym. Test nowej burgerowni za rogiem.*

2. ‘środowisko specjalne, stworzone dla możliwości sprawdzenia poprawności działania programu lub jego części przed wypuszczeniem na etap produkcyjny’: *Wrzuć na test, żeby sprawdzić czy wszystko poprawnie działa.*

zob. produkcja, staging

testować – z ang. test ‘sprawdzać’, czas. niedok., testuję, testujesz, testuj, testował;

‘sprawdzać poprawność wprowadzonych zmian, przed wprowadzeniem ich w użycie lub sprawdzać działanie czegoś’: *Testowanie aplikacji webowej. Przetestować aplikację mobilną.*

ticket – z ang. ticket ‘bilet’, rzecz. r. m., D. l. poj. ticketu, M. l. mn. tickety, D. l. mn. ticketów;

‘zgłoszenie problemu lub zamówienie jakiegoś zapotrzebowania wysłane w formie elektronicznej, które otrzymuje przydzielony numer, przypisanie do określonej osoby i ma być wykonane’: *Sforwarduj mi ticket z ostatnim taskiem od klienta.*

Tik Tok – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. Tik Toka, M. l. mn. Tik Toki, D. l. mn. Tik Toków;

‘chińska sieć społecznościowa oparta o aplikację mobilną, która umożliwia użytkownikom tworzenie i udostępnianie krótkich, kreatywnych filmów o długości do 60 sekund, często opartych na tańcach, memach, wyzwaniach lub trendach w mediach społecznościowych. Powstała na rynku międzynarodowym w 2016 roku, wzrost popularności której zaczął się w latach 2020-2021 głównie wśród młodych ludzi’: *Zoba na TikToku nowego wirala Biedronki. Oswajamy tik toka. Nie oglądaj tik toki w pracy.*

timeline – z ang. timeline ‘oś czasu’, rzecz. r. m., D. l. poj. timelina / timeline’a, M. l. mn. timeliny / timeline’y, D. l. mn. timelinów / timeline’ów;

‘graficzna prezentacja sekwencji czy chronologii wydarzeń albo oś czasowa do wizualizacji wydarzeń w czasie’: *Timeline projektu. Timeline ewolucji produktu. Jak pozbyć się timeline’a na Facebooku? Narysowaliśmy timeline z zaznaczeniem wydarzeń jakie miały miejsce od ostatniej retrospekcji w celu przypomnienia.*

to do list – z ang. to do list ‘lista rzeczy do zrobienia’;

‘lista rzeczy do zrobienia lub lista zadań do wykonania’: *Mój to-do list na Trello codziennie rośnie. Wrzuciłem zadanie do to-do list.*

tool – z ang. tool ‘narzędzie’, rzecz. r. m., D. l. poj. toola, M. l. mn. toole, D. l. mn. tooli

‘funkcja lub program, przeważnie wykonujący jedno określone zadanie, uruchamiany w linii poleceń i mniej rozbudowany niż aplikacja’: *W naszej pracy wykorzystujemy różne toole. Dodać toole do panelu zadań. Dodać nowy tool w programie do importu z pliku.*

top – z ang. top ‘górný’, rzecz. r. m., D. l. poj. [topa], M. l. mn. [topy], D. l. mn. [topów];

‘wysokie miejsce w jakiejś hierarhii’: *KPI działu marketingu jak zawsze na topie. Tworzymy appkę, która jest na topie w polskim appstorze. Hit na topie.*

trackować – z ang. track ‘śledzić’, ‘tropić’, czas. niedok., trackuję, trackujesz, trackuj, trackował;

‘śledzić zachowanie grupy docelowej lub kolejne etapy projektu’: *Trackowaliśmy trendy dla nowego projektu.*

transparentność – poch. od transparentny ‘przezroczysty’ lub z ang. transparent ‘przezroczysty’, rzecz. r. ż., D. l. poj. transtarentności, M. l. mn. transparentności, D. l. mn. transparentności;

1. ‘przezroczystość elementów w grafice komputerowej’: *Zmodyfikować plik, dodać transparentność. Wersja transparentna. Ustawić tło jako transparentne.*

2. ‘cecha osobowości, która oznacza nieukrywanie niczego, jawność, przejrzystość działania’: *Firma działa transparentnie. Transparentny system wynagrodzeń.*

Trello – nazwa własna, nieodmienny;

‘program zarządzania i planowania zadań’: *Korzystam z trello. Dodaj zadanie do Trello.*

trend – z ang. trend ‘tendencja’, ‘moda’, rzecz. r. m., D. l. poj. trendu, M. l. mn. trendy, D. l. mn. trendów;

‘moda lub tendencja na dany moment w jakiejś dziedzinie’: *Trackowaliśmy trendy dla nowego projektu. Znamy trendy i umiemy nawiązywać relacje z klientami.*

trendy – z ang. trendy ‘modny’, przym.;

‘modny, na czasie’: *Jesteśmy trendy, odpalamy TikToka.*

troll – z norw. troll ‘demon, brzydki krasnoludek, mag’; w analizowanej leksyce możliwe zapożyczenie za pośrednictwem języka ang. troll ‘demon’; rzecz. r. m., D. l. poj. trolla, M. l. mn. trolli/trolle, D. l. mn. trollów/trolli;

‘użytkownik Internetu, który umieszcza na publicznym forum napastliwe, kontrowersyjne, ośmieszające innych, burzliwe wypowiedzi, celem których jest wywołanie dyskusji i skupienie uwagi na autorze’: *Prorosyjskie trolle zostały oskarżeni o wpływ na amerykańskie wybory.*

trolling – z ang. trolling ‘napastliwe komentowanie’, rzecz. r. m., D. l. poj. trollingu, M. l. mn. trollingi, D. l. mn. trollingów;

‘proces umieszczania na publicznym forum napastliwych, kontrowersyjnych, ośmieszających innych, burzliwych wypowiedzi, celem których jest wywołanie dyskusji i skupienie uwagi na autorze’: *Po publikacji postu, zaczął się niezły trolling naszej strony.*

trollować – z ang. troll ‘napastliwie komentować’ lub poch. od troll; czas. niedok. trolluję, trollujesz, trolluj, trollował;

‘umieszczać na forum publicznym napastliwych, kontrowersyjnych, ośmieszających innych, burzliwych wypowiedzi, celem których jest wywołanie dyskusji i skupienie uwagi na autorze’: *Trolluję wypowiedzi osób z konkurencji.*

troll-face – z ang. troll-face ‘twarz trola’;

‘przenośne potoczne określenie, które oznacza wyraz twarzy trolla i jest wykorzystywane do wyrażenia emocji sarkazmu, ukrytego ucieszenia, kiedy ktoś zrobił coś głupiego’: *Ha-ha, troll-face.*

true story – z ang. true story ‘prawdziwa historia’;

‘określenie prawdziwej historii’: *Nie uwierzysz, ale jest to true story.*

tuning – z ang. tuning ‘dostrajanie’, ‘regulowanie’, rzecz. r. m., D. l. poj. tuningu, M. l. mn. tuningi, D. l. mn. tuningów;

‘ulepszenie, zmiana standardowego wyglądu czegokolwiek w celu dopasowania do wymagań właściciela’: *Stuningować swój profil na LinkedIn.*

tutorial – z ang. tutorial ‘samouczek’, rzecz. r. m., D. l. poj. tutorialu, M. l. mn. tutoriali, D. l. mn. tutorialów;

‘instrukcja wykonania czegoś, opublikowana w Internecie często w formie filmu wideo lub prezentacji multimedialnej’: *Ściągnij sobie tutorial, tam znajdziesz instrukcje jak to zrobić. Obejrzy tutorial przed rozpoczęciem pracy z programem.*

Twitter – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. twittera, M. l. mn. twittery, D. l. mn. twitterów;

‘amerykański serwis społecznościowy, który udostępnia usługę mikroblogowania z ograniczoną liczbą znaków do 280’: *Opublikować post na twitterze. Twitter czytają bardziej poważni ludzie niż Instagram.*

U

unsubscribe – z ang. unsubscribe ‘wypisać się’; rzecz.;

‘wypisanie się z listy odbiorców powiadomień pewnego bloga lub serwisu internetowego, jest to działanie przeciwstawne do subskrybowania’: *Kliknij unsubscribe, żeby wypisać się z listy.*

upload – z ang. upload ‘wgrzywać na serwer’, rzecz. r. m., D. l. poj., M. l. mn., D. l. mn.;

‘wgrzywanie, kopiowanie informacji na serwer’: *Zrobić upload. Upload danych. Trwa upload pliku.*

update – z ang. update ‘uaktualnienie’, ‘aktualizacja’, rzecz. r. m., D. l. poj. update’a, M. l. mn. update’y, D. l. mn. update’ów;

1. ‘wprowadzenie nowej wersji istniejącego produktu informacyjnego, aktualizacja, modyfikacja, nowe zmiany w projekcie’: *Wprowadziłam update poprawki na produkcję.*
2. ‘informacja o nowych zmianach dotyczących prowadzonego projektu’: *Dziś wchodzi krótki update; Mam mały update do naszej poprzedniej rozmowy; zob. aktualizacja.*

updatować – z ang. update ‘uaktualnienie’, ‘aktualizacja’, czas. niedok. updatuję, updatujesz, updatuj, updatował;

‘aktualizować, wprowadzać nową wersję istniejącego produktu’; *Updatować Windowsa. Zupdate’owany dokument.*

zob. aktualizować. update, aktualizacja

upgrade – z ang. update ‘uaktualnienie’, ‘podniesienie stopnia’, rzecz. r. m., D. l. poj. upgrade’a, M. l. mn. upgrade’y, D. l. mn. upgrade’ów;

‘aktualizowanie czy podniesienie czegoś na wyższy poziom, standard, dodając lub wymieniając jakieś elementy’: *Przeprowadzamy upgrade systemu.*

zob. update, updatować,

urgent – z ang. urgent ‘pilnie’; wykrzyk.;

‘wykrzyknienie wprowadzające bardzo ważną informację, na którą trzeba zwrócić uwagę w wiadomości mailowej lub innym komunikacie; często używane w tytule maila’: *Urgent: prosze o przesłanie materiałów szkolenia. Urgent: przesłać protokół odbioru do klienta.*

usability – z ang. usability ‘użyteczność’; rzecz.;

‘łatwość i płynność użytkowania i wykorzystywania programu lub urządzenia elektronicznego’: *Testowanie usability aplikacji. Usability nowej wersji Android.*

user – z ang. user ‘użytkownik’, rzecz. r. m., D. l. poj. usera, M. l. mn. userzy, D. l. mn. userów;

‘użytkownik systemu komputerowego’:

user experience – z ang. user experience ‘doświadczenie użytkownika’;

‘doświadczenie użytkownika, co jest zbiorem wrażeń towarzyszących użytkownikowi podczas korzystania z produktu, serwisu internetowego, aplikacji czy produktu, co sprzyja projektowaniu klientocentrycznemu i dopasowania rozwiązań do maksymalizacji

pozytywnych odczuć. Stanowi sobą odrębny obszar wiedzy, który ma na celu badanie i wprowadzenie do użytku usprawnionych zasad korzystania z urządzeń lub poruszania się po programach i dąży do stworzenia najbardziej przyjaznego dla użytkownika interfejsu': *Badamy user experience nowej aplikacji mobilnej.*

zob. UX, UXowy

użytkownik – rzecz. r. m., D. l. poj. użytkownika, M. l. mn. użytkownicy, D. l. mn. użytkowników;

‘osoba korzystająca z programu lub urządzenia elektronicznego’: *Użytkownicy systemu. Dodać użytkownika. Autoryzacja użytkownika. Podręcznik użytkownika.*

UXowy – z ang. user experience ‘doświadczenie użytkownika’, przym.;

‘coś, co jest związane z doświadczeniem użytkownika aplikacji i określa, czy użytkownik nie musi wykonać za dużo operacji do osiągnięcia założonego celu. Czy aplikacja jest intuicyjna i prosta w użyciu, czy zawiera pomoc kontekstową i jest to ściśle powiązane z UI – user interface’: *korzyści UXowe. UXowy design.*

zob. UX, user experience

V

venture capital – z ang. venture capital ‘kapitał podwyższonego ryzyka’, nieodmienny; ‘specyficzna forma finansowania rozwoju firmy, która polega na objęciu akcji lub udziałów i inwestor staje się współwłaścicielem tej spółki, a w niektórych przypadkach może występować w tej roli państwo’: *Sąsiedni startup dostał finansowanie przez venture capital.*

vibe – z ang. vibe ‘wibracja’; rzecz.;

‘pozytywne emocje albo dobra atmosfera, którą ktoś tworzy lub jest w jakimś środowisku’: *Inspiruje mnie ten korporacyjny vibe. Mamy w zespole swój vibe.*

Viber – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. vibera, M. l. mn. vibery, D. l. mn. viberów; ‘aplikacja mobilna i komputerowa do komunikowania się – wymiany wiadomości, połączenia wideo i głosowe’: *Zadzwoń do mnie na Viber. Wrzuć plik na Viber.*

view – z ang. view ‘widok’; rzecz.;

‘widok lub funkcja pokazywania czegoś w systemach komputerowych’: *Smart View. Mapy Google z funkcją live view.*

video – (łac. video ‘patrzę’, ‘widzę’); w analizowanym leksykonie także z ang. video ‘rejestrujący obraz i dźwięk’

‘technika rejestrowania obrazu i dźwięku na nośniku elektronicznym lub magnetycznym z możliwością natychmiastowego odtwarzania’: *Posiadamy zamontowany monitoring video w całej okolicy firmy. Nagrywam video na bloga.*

zob. wideo

vlog – z ang. vlog < ang. video ‘ruchomy obraz’ i ang. blog ‘dzienni/pamiętnik w Internecie’, rzecz. r. m., D. l. poj. vloga, M. l. mn. vlogi, D. l. mn. vlogów;

‘rodzaj internetowego dziennika w formie wideo’: *Kręcisz wideo na vloga? Prowadzę vloga na youtube.*

zob. blog

vlogger – z ang. vlogger ‘autor vloga’, rzecz. r. m., D. l. poj. vlogera, M. l. mn. vlogerzy, D. l. mn. vlogerów;

‘osoba nagrywająca dziennik internetowy w formie wideo’: *W ostatnim czasie powstało dużo vlogerów.*

zob. bloger

vlogerka – z ang. vlogger ‘autor vloga’, rzecz. r. ż., D. l. poj. vlogerki, M. l. mn. vlogerki, D. l. mn. vlogerek;

‘kobieta prowadząca bloga w formie wideo’: *Musimy zaangażować jakąś vlogerkę dla kampanii reklamowej.*

zob. blogerka

W

walidacja – z ang. validation ‘sprawdzenie’, ‘uprawomocnienie’, rzecz. r. ż., D. l. poj. walidacji, M. l. mn. walidacje, D. l. mn. walidacji;

‘potwierdzenie zgodności z jakimś standardem lub procedurą/zaleceniem’: *Skrypt sprawdzający czy dana wartość jest kodem pocztowym czy też nie, jest skryptem walidującym. Włączyć walidację poprawności wypełnienia pól.*

zob. weryfikacja, weryfikować, walidować

walidować – z ang. validate ‘sprawdzać’, czas. niedok. waliduję, walidujesz, waliduj, walidował;

‘potwierdzić zgodność z jakimś standardem lub procedurą/zaleceniem’: *Walidować liczbę znaków wpisanych w formularzu.*

zob. weryfikacja, weryfikować, walidacja

wąskie gardło – D. l. poj. wąskiego gardła, M. l. mn. wąskie gardła, D. l. mn. wąskich gardel;

‘potoczne określenie czegoś, co w organizacji zatrzymuje przepływ procesów biznesowych’: *Na koniec miesiąca mamy wąskie gardło w księgowości, bo mamy za dużo faktur do płatności.*

wdrażać – czas. niedok. wdrażam, wdrażasz, wdrażaj, wdrażał;

‘podjąć jakieś działanie i stosować go w praktyce’: *Wdrażać pracownika do nowych obowiązków. Wdrażać projekt.*

zob. wdrożyć się

wdrożyć się – czas. dok. wdrażam się, wdrażasz się, wdrażaj się, wdrażał się;

‘wyrobić w sobie jakiś nawyk lub jakąś umiejętność’: *Po awansowaniu, muszę wdrożyć się w bycie projekt managerem.*

zob. wdrażać

wdrożenie – poch. od wdrożyć, rzecz. r. n., D. l. poj. wdrożenia, M. l. mn. wdrożenia, D. l. mn. wdrożeń;

1. ‘wprowadzenie, podjęcie jakiegoś działania, stosowanie czegoś w praktyce, najczęściej termin stosowany w odniesieniu do instalowanie gotowej aplikacji dla klienta’: *Wdrożenie systemu obiegu dokumentów. Każde wdrożenie zaczyna się od analizy biznesowej.*

2. ‘szkolenie pracowników firmy czy użytkowników systemu informatycznego w zakresie używania oprogramowania i dostosowania procedur firmowych do jego używania’:

Wdrożyć użytkowników. Przeprowadzić wdrożenie pracowników do nowego systemu obiegu dokumentów.

zob. deploy, release

wdrożeniowiec – poch. od wdrożeniowy; rzecz. r. m., D. l. poj. wdrożeniowca, M. l. mn. wdrożeniowcy, D. l. mn. wdrożeniowców;

‘osoba zajmująca się wprowadzaniem systemu informatycznego do organizacji’:
Poszukujemy wdrożeniowca do projektu.

web – z ang. web ‘sieć pajęczna, ‘pajęczyna’;

‘ogólnoświatowa sieć komputerowa’: *Witryna web. Sieć web.*

zob. WWW, webowy

webowy – z ang. web ‘sieć pajęczna, ‘pajęczyna’, przym.;

‘taki, który związany jest z ogólnoświatową siecią komputerową’: *Aplikacja webowa. Serwis webowy.*

zob. web, WWW

webinar – z ang. web ‘konferencja przez Internet’ < ang. web ‘sieć pajęczna, pajęczyna’ + ang. seminar ‘forma nauczania’, rzecz. r. m., D. l. poj. webinaru, M. l. mn. webinary, D. l. mn. webinarów;

‘konferencja, prezentacja lub szkolenie dla grupy osób przeprowadzone przez Internet’:
Webinar poświęcony skutecznej pracy w zespole. Zapisz się na webinar dotyczący scruma.

weekend – z ang. weekend ‘koniec tygodnia’, rzecz. r. m., D. l. poj. weekendu, M. l. mn. weekendy, D. l. mn. weekendów;

‘wolne od pracy, ostatnie dwa dni tygodnia sobota i niedziela’: *W końcu weekend. Co robisz w weekend?*

weekly – z ang. weekly ‘tygodniowo’; rzecz. r. n.;

‘cotygodniowe spotkania zespołu mające na celu podsumowanie ubiegłego tygodnia oraz planowanie przyszłego’: *O 10:00 rozpoczynamy weekly. Trzymamy się tego planu co ustaliliśmy na weekly.*

zob. daily

wektorowy – (z łac. vector ‘ten co wiezie’), w analizowanym leksykonie także z ang. vector ‘ukierunkowany’; przym.;

‘taki, który odnosi się do obrazu lub do grafiki zapisanej elektronicznie, z wykorzystaniem jednego z podstawowych rodzajów grafiki komputerowej, w którym obraz opisany jest wzorami matematycznymi za pomocą figur (dwuwymiarowa grafika) czy brył geometrycznych (grafika trójwymiarowa)’: *Zajmuję się grafiką wektorową. Otrzymałem plik wektorowy.*

zob. rastrowy

wersja beta – poch. od wersja + ang. beta ‘nazwa drugiej litery alfabetu greckiego’, odmienny tylko pierwszy człon: wersja, D. l. poj. wersji, M. l. mn. wersje, D. l. mn. wersji; ‘prototyp ostatecznej wersji programu komputerowego, w której aplikacja już działa stabilnie z niemal pełną funkcjonalnością, jednak może zawierać niektóre błędy i służy do testowania oraz zaznajomienia przyszłych użytkowników z funkcjonalnością, co pozwala na wykrycie ewentualnych błędów’: *Od początku miesiąca wychodzi wersja beta oprogramowania do zarządzania dokumentacją. Wersja beta strony internetowej.*

zob. beta testowanie

wersja testowa – D. l. poj. wersji testowej, M. l. mn. wersje testowe, D. l. mn. wersji testowych;

‘wersja robocza lub próbna czegoś’: *Stwórz najpierw wersje testowe, a potem zobaczymy czy jest sens kontynuować projekt. Pobrać wersje testowe. Stworzyć wersje testowe. Zaimportować wersje testowe dancyh.*

weryfikacja – (z łac. verifico ‘potwierdzić prawdę’); w analizowanym leksykonie także z ang. verification ‘uwiarygodnienie’, rzecz. r. ż., D. l. poj. weryfikacji, M. l. mn. weryfikacje, D. l. mn. weryfikacji;

‘sprawdzenie poprzez program poprawności danych w systemie informatycznym, wiarygodności użytkownika, prawidłowości danych wprowadzonych do systemu, wartości, adresu e-mail itd.’: *Implementacja dwuetapowej weryfikacji użytkownika. W celu weryfikacji, użytkownik powinien wprowadzić kod otrzymany w sms.*

zob. weryfikować, walidacja, walidować

weryfikować – z łac. verifico ‘potwierdzić prawdę’, czas. niedok. weryfikuję, weryfikujesz, weryfikuj, weryfikował;

‘sprawdzić poprawność danych’: *Zweryfikować, czy wszystko wypełniono poprawnie.*

zob. weryfikacja, walidacja, walidować

whiteboard – z ang. whiteboard ‘biała tablica’ < ang. white ‘biały’ + board ‘tablica’, rzecz. r. m., D. l. poj. whiteboarda, M. l. mn. whiteboardy, D. l. mn. whiteboardów;

‘aplikacja umożliwiająca użytkownikowi rysowanie na tablicy cyfrowej’: *Udostępniam whiteboarda dla wspólnej pracy. Zaprezentuję swój pomysł na whiteboardzie.*

wideo – (z łac. video ‘patrzeć’, ‘widzieć’); w analizowanym leksykonie także z ang. video ‘rejestrujący obraz i dźwięk’, rzecz. r. n., D. l. poj. wideo, M. l. mn. wideo, D. l. mn. wideo;

‘technika rejestrowania obrazu i dźwięku na nośniku elektronicznym lub magnetycznym z możliwością natychmiastowego odtwarzania’: *Potrzebuję nagrać kilka wideo dla prezentacji. Nagrania wideo. Kontent wideo.*

zob. video

wideokonferencja – z ang. videoconference ‘konferencja, spotkanie prowadzone przez łącza internetowe’ < ang. video ‘rejestrujący obraz i dźwięk’ + ang. conference ‘konferencja, spotkanie’; rzecz. r. ż., D. l. poj. wideokonferencji, M. l. mn. wideokonferencje, D. l. mn. wideokonferencji;

‘rozmowa lub spotkanie biznesowe na odległość, które odbywa się za pomocą Internetu przy użyciu kamery oraz mikrofonu’: *Wyślij mi linka proszę do zbliżającej się wideokonferencji z klientem.*

zob. telko, call

widżet – z ang. widget < ang. window ‘okno’ + ang. gadget ‘urządzenie’, rzecz. r. m., D. l. poj. widżetu, M. l. mn. widżety, D. l. mn. widżetów;

‘podstawowy element graficznego interfejsu użytkownika, obszar czy też aplikacja, którą można wstawić na stronę’: *Odpal widżet na stronie. Podłączyć różne widżety żeby spersonalizować aplikację.*

zob. gadżet

win-win – z ang. win-win game ‘gra, w której każda ze stron odnosi korzyści’ < ang. win ‘wygrać’,

‘model współpracy między partnerami biznesowymi, w którym każda ze stron wygrywa swój zysk’: *Współpracujemy na zasadzie win-win. Uczciwa współpraca powinna polegać na zasadzie win-win, a nie że jedna strona ma być stratna.*

wiral – z ang. viral ‘wirusowy’, rzecz. r. m., D. l. poj. wirala, M. l. mn. wirale, D. l. mn. wirali;

‘jeden z rodzajów marketingu internetowego, który polega na stworzeniu intrygującej treści, często o charakterze absurdalnym lub śmiesznym bardzo szybko rozprzestrzeniającej się na zasadzie wirusa przez samych użytkowników’: *A zrobimy wirala coś jak w Biedronce. Wysłałem ci wirala na TikToku.*

Word – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. worda, M. l. mn. wordy, D. l. mn. wordów;

‘program dla pracy z dokumentami tekstowymi z pełną nazwą Microsoft Word. Jeden z programów pakietu oprogramowania Microsoft Office, który umożliwia pracę z tekstem’: *Zapisać w wordzie. Odpal worda i zedytuj speckę.*

workflow – z ang. workflow ‘przeływ pracy’;

1. ‘przeływ pracy w korporacji wraz z atmosferą emocjonalną panującą w zespole’: *Dziś mam słaby workflow, wszystko mi idzie, jak krew z nosa. Mieliliśmy świetny workflow, ponieważ ukończyliśmy projekt przed deadline i nie było żadnego fakapu.*

2. ‘sformalizowany obieg dokumentów w firmie pomiędzy pracownikami wykonującymi określony zestaw czynności’: *Workflow dokumentów faktur i delegacji w firmie. Tworzenie procesu workflow dla działu sprzedaży.*

work-life balance – z ang. work-life balance ‘równowaga między pracą a życiem’;

‘koncepcja zarządzania czasem, która stawia za cel odnalezienie równowagi pomiędzy pracą a życiem prywatnym’: *W feedbacku od naszych pracowników dostaliśmy info, że mają brak work-life balance.*

wow – ang., wykrz.;

‘okrzyk pozytywnego zdziwienia, zachwytu lub zaskoczenia’: *WOW! mamy to. Wow, ale super!*

wpis – rzecz. r. m., D. l. poj. wpisu, M. l. mn. wpisy, D. l. mn. wpisów;

‘tekst umieszczony na blogu lub stronie mediów społecznościowych’: *Wrzucę wpis na fejsa. Pracuję nad wpisem na blogu.*

w razie ‘w’ – ‘powiedzenie, które oznacza w razie czegoś lub w razie potrzeby’: *W razie w [wu] jestem pod telefonem. Pisz smsy, w razie w [wu] wyjdę ze spotkania.*

wsparcie IT – por. ang. IT support; odmienny tylko pierwszy człon: wsparcie, D. l. poj. wsparcia, M. l. mn. wsparcia, D. l. mn. wsparć;

‘obsługa informatyczna firm w zakresie rozwiązywania problemów ich użytkowników w kwestiach technicznych i obsługi systemów informatycznych’: *Skontaktować się ze wsparciem IT. Zlecić wsparcie IT na outsourcing.*

zob. IT

współczynnik konwersji – por. ang. conversion rate; odmienny tylko pierwszy człon: współczynnik, D. l. poj. współczynnika, M. l. mn. współczynniki, D. l. mn. współczynników;

‘procent, wyliczany poprzez dzielenie liczby konwersji, czyli liczby osób którzy zakupili produkt przez ogólną liczbę osób, którzy kliknęli w reklamę’: *Mamy wysoki współczynnik konwersji, który świadczy o skuteczności kampanii.*

wyautować – z ang. out ‘poza czymś’, czas. dok. wyautuję, wyautujesz, wyautuj, wyautował;

‘wyeliminować, usunąć dane z konkretnego miejsca w systemie komputerowym lub przenieść z tego konkretnego miejsca gdzieś indziej’: *Przed importem wyautowałem stare dane. Wyautuj błędne dane i załaduj ponownie.*

wyeksportować – poch. od eksport; w analizowanym leksykonie także z ang. export ‘wysłać’;

czas. dok. wyeksportuję, wyeksportujesz, wyeksportuj, wyeksportował;

‘przenieść dane z jednego nośnika na inny lub wyładować zbiór danych do dalszego przetwarzania lub załadowania do innego systemu lub miejsca w systemie

komputerowym’: *Wyeksportować bazę kontrahentów. Wyeksportować dane i wysłać do klienta.*

wyniki Google / google – odmienny tylko pierwszy człon: wyniki, D. l. poj. wyniku, M. l. mn. wyniki, D. l. mn. wyników;

‘rezultat wyszukiwania w wyszukiwarce internetowej Google’: *Sprawdzić wyniki google. Nic nie znaleziono w wynikach google.*

wystartować – poch. od start, czas. dok. wystartuję, wystartujesz, wystartuj, wystartował;

‘zapisać jakiś projekt’: *Wystartowaliśmy z wersją produkcyjną od początku roku. Kiedy wystartuje wersja beta?*

zob. start,

X

x – rzecz. r. m., D. l. poj. x-a, M. l. mn. x-y, D. l. mn. x-ów;

‘litera, która potocznie oznacza nieokreślony obiekt lub nieokreśloną wartość’: *Firma X. Wpisz wartość x-a w polu poniżej.*

xmas – ang. xmas < ang. Christmas ‘Boże Narodzenie’;

‘skrótowa nazwa Bożego Narodzenia pochodząca od Christmas’: *Mery Xmas!*

xls / xlsx – poch. od Excel, rzecz. r. m., D. l. poj. (xlsa), M. l. mn. (xlsy), D. l. mn. (xlsów);

‘format pliku utworzonego przez arkusz kalkulacyjny programu Microsoft Excel’: *Proszę o przeanalizowanie danych z pliku xls, przekazanego w mailu.*

Y

YouTube – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. YouTuba, M. l. mn. (YouTuby), D. l. mn. (YouTubów);

‘amerykański serwis internetowy, na którym można umieszczać i odtwarzać wideo’: *Na youtube opublikowaliśmy filmik reklamowy.*

youtuber – poch. od YouTube, rzecz. r. m., D. l. poj. youtubera, M. l. mn. youtuberzy, D. l. mn. youtuberów;

‘osoba, która posiada własny kanał wideo w serwisie YouTube, regularnie nagrywa filmy oraz ma określoną publiczność’: *W dzisiejszych czasach youtuberzy są na topie.*

Z

zaimportować – poch. od import, w analizowanym leksykonie także z ang. import ‘sprowadzać’, czas. dok. zaimportuję, zaimportujesz, zaimportuj, zaimportował;
‘przenieść dane z jednego nośnika na inny lub umieścić w jednej aplikacji tekstu, rysunku czy innego pliku stworzonego za pomocą innej aplikacji’: *Zaimportować dane do Excela. Zaimportować dokumenty do programu finansowo-księgowego.*

zainstalować – poch. od instalować; czas. dok. zainstaluję, zainstalujesz, zainstaluj, zainstalował;
‘wgrać program komputerowy w celu jego uruchomienia oraz wykonywania określonego zadania’: *Zainstalowałem sobie nowa przeglądarkę. Zainstalować program do obrabiania grafiki.*
zob. instalować

zarządzanie operacyjne – opisać z perspektywy IT (realizacja projektów, tworzenie zespołów projektowych)
‘działania dotyczące bezpośredniego wytwarzania produktu informatycznego, które polegają na planowaniu celów, alokowaniu zasobów, monitorowaniu i korygowaniu działań’: *Zarządzanie operacyjne firmą od dziś przejęła inna osoba,*

zespół deweloperski – por. ang. development team ‘zespół programistów’, D. l. poj. zespołu deweloperskiego, M. l. mn. zespoły deweloperskie, D. l. mn. zespołów deweloperskich;
‘jeden z elementów zespołu scrumowego, który składa się z programistów tworzących projekt’: *W naszym projekcie mamy mocny zespół deweloperski.*
zob. scrum, developer.

zespół scrumowy – z ang. scrum team ‘zespół scrum’, D. l. poj. zespołu scrumowego, M. l. mn. zespoły scrumowe, D. l. mn. zespołów scrumowych;

‘zespół działający nad konkretnym projektem za pomocą metodyki scrum, do którego wchodzi trzy główne role: zespół deweloperski, product owner oraz scrum master’: *Dla startu projektu powołujemy zespół scrumowy, który będzie odpowiedzialny za jego realizację.*

zob. scrum

zespół eventów – z ang. event team < ang. event ‘wydarzenie’, ang. team ‘zespół’; D. l. poj. zespołu eventów/eventowego, M. l. mn. zespoły eventów / eventowe, D. l. mn. zespołów eventowych;

‘zespół w strukturze organizacyjnej korporacji, który zajmuje się organizacją firmowych wydarzeń, jak dla pracowników tak i dla klientów w ramach reklamy’: *Pracuję w zespole eventów.*

zespół HR – z ang. human resources ‘zasoby ludzkie’, odmienny tylko pierwszy człon: zespół, D. l. poj. zespołu, M. l. mn. zespoły, D. l. mn. zespołów;

‘zespół w strukturze organizacyjnej korporacji, który odpowiada za zarządzanie zasobami ludzkimi’: *Od zespołu HR zależy konkurencyjność firmy na rynku.*

zipować – poch. od nazwy formatu pliku zip, czas. niedok., zipuję, zipujesz, zipuj, zipował;

‘archiwizować plik lub pliki w formacie *.zip’: *Zipuj plik i wyślij go mailem.*

Zoom – nazwa własna, rzecz. r. m., D. l. poj. zooma, M. l. mn. zoomy, D. l. mn. zoomów;

‘program przeznaczony do komunikacji w formie telekonferencji’: *Spotykajmy się za 10 min. na Zoomie. Założę spotkanie na zoomie.*

6.3. Skrótwce (akronimy) i skróty

Akronim nazewniczy – nazwa utworzona z początkowych liter lub sylab kilku słów stanowiących pełną opisową nazwę, która jest traktowana, zapisywana i wymawiana, jako samodzielny wyraz¹¹. Warto zauważyć, że część akronimów i skrótów pojawia się wyłącznie w formie pisanej i nie występuje w formie mówionej.

A

Ads – skrót od nazwy własnej Adwords;

‘system reklamowy Google Ads przeznaczony do tworzenia kampanii reklamowych w internecie’: *Włączyć Google Ads*.

zob. Adwords

AFAIK – ang. as far as I know ‘z tego, co wiem’;

‘akronim używany w korespondencji mailowej i sms, jako ocena pewnej sytuacji na podstawie swojej subiektywnej wiedzy’: *AFAIK nie będzie podwyżki inflacyjnej*.

AFAIR – ang. as far as I remember ‘z tego, co pamiętam’;

‘akronim używany w korespondencji mailowej i sms, jako ocena pewnej sytuacji na podstawie własnej pamięci o pewnej sytuacji lub wydarzeniu’: *AFAIR, wysyłałem Ci te materiały od razu po spotkaniu*.

Afk – ang. away from keyboard ‘z dala od klawiatury’;

‘napis oznaczający, że osoba z którą kontaktujemy się, chwilowo nie jest przy komputerze’: *afk, jeżeli nie pilne to sprawdzę jak wrócę*.

AI – artificial intelligence ‘sztuczna inteligencja’;

‘technologia sztucznej inteligencji, która polega na możliwości maszyny do uczenia się, kreatywności i rozumowania’: *Wykorzystujemy AI w naszym produkcie do rozpoznawania tekstu*.

¹¹ M. Zboralski, *Nazwy firm i produktów*, Warszawa 2000, s. 258.

API – ang. application programming interface ‘interfejs programowania aplikacji’;
‘sposób komunikacji programów komputerowych między sobą za pomocą ściśle określonego zestawu reguł, co w praktyce najczęściej pozwala na korzystanie w jednej aplikacji z funkcjonalności udostępnianych przez inną’: *Integracja z API klienta. Wystawiamy API na świat. Łączyć się z API klienta.*

ASAP – ang. as soon as possible ‘tak szybko jak tylko możliwe’;
‘skrót wykorzystywany w znaczeniu coś do wykonania niezwłocznie, na już, ekspresowo, na wczoraj, szybko’: *ASAP daj mi feedback, bo mam kola w kejsie briefa.*

AWS – ang. Amazon Web Services, nazwa własna;
‘usługa przestrzeni chmurowej, świadczona przez firmę Amazon’: *Wynająć serwer na AWS.*

B

B2B – ang. business to business ‘biznes do biznesu’;
‘skrót oznacza relacje występujące, pomiędzy co najmniej dwoma przedsiębiorstwami’: *Pracuję na B2B. Podpisuję umowę B2B.*

B2C – ang. business to client ‘biznes do klienta’;
‘skrót oznacza relacje występujące pomiędzy przedsiębiorstwem a klientami indywidualnymi’: *Sprzedajemy w formule B2C. Nasza oferta jest kierowana do klientów B2C.*

B2G – ang. business to government ‘biznes do organizacji rządowych’;
‘skrót oznacza relacje występujące pomiędzy przedsiębiorstwem a organizacjami rządowymi’: *Udostępniamy nasze rozwiązanie też w formule B2G.*

BA – ang. business analysis ‘analiza biznesowa’;
‘identyfikacja potrzeb biznesowych i ustalanie rozwiązań problemów biznesowych’: *Prowadzę wstępną BA u klienta. Jadę na BA do klienta.*

BOK – pol. biuro obsługi klienta;

‘dział firmy, który zajmuje się obsługą zgłoszeń od klientów’: *Wysłać maila na BOK. Przekierować klienta na BOK.*

BTW – ang. by the way ‘swoją drogą’, ‘tak, przy okazji’;

‘wtrącenie poprzedzające wypowiedź na inny temat, niż ten, którego dotyczy rozmowa’:
btw, słyszałeś, że Monika z kadr się zwalnia?

BR – ang. best regards ‘z poważaniem’;

‘podpis na końcu maila BR, oznacza Best Regards, czyli Pozdrowienia’: *Wysyłam dokumentację w załączniku. BR, Jan Kowalski.*

C

CAPTCHA – ang. completely automated public turing test to tell computers and humans apart ‘w pełni zautomatyzowany publiczny test Turinga w celu rozróżnienia komputerów i ludzi’; ‘technika stosowana w celu zabezpieczenia przed robotami spamowymi. Najczęściej występuje w postaci obrazka z napisem, który należy odczytać i wpisać do okienka obok, by móc wykonać na stronie żadaną czynność’: *Błędnie wprowadzić CAPTCHA.*

CC – ang. carbon copy ‘kalka węglowa’;

‘polecenie oznaczające wysłanie kopii do dodatkowych odbiorców w e-mailach, innych niż główni’: *Daj mnie na CC. Wyślij informację do klienta oraz kierownika na CC.*

CEO – ang. chief executive officer ‘prezes’;

‘osoba o najwyższym stanowisku w firmie, odpowiadająca bezpośrednio przez zarządem oraz akcjonariuszami’: *Mamy spotkanie dziś z naszym CEO.*

CFO – ang. chief financial officer ‘szef finansów’;

‘osoba o stanowisku kierowniczym, zajmująca się rządząca działem finansów w firmie’:
Proszę o wysłanie tej informacji do naszego CFO w celu weryfikacji.

CMO – ang. chief marketing officer ‘szef marketingu’;

‘osoba o stanowisku kierowniczym, rządząca działem marketingu’: *Strategie marketingową musi zatwierdzić CMO.*

CMS – ang. content management system ‘system zarządzania treścią’;

‘system elektroniczny umożliwiający pisanie, edytowanie i publikowanie treści’: *Wrzucam layout do CMSa.*

COO – ang. chief operating officer ‘szef operacyjny’;

‘osoba o stanowisku kierowniczym, zajmująca się zarządzaniem operacyjnym w korporacji’: *Potrzebna akceptacja naszego COO.*

CPC – ang. cost per click ‘cena za kliknięcie’;

‘koszt kliknięcia w reklamę na stronie internetowej, jest to parametr określający koszt poniesiony w celu uzyskania jednego kliknięcia w dany link’: *Wykręciłem CPC w ostatniej kampanii na poziomie kilku centów.*

CPL – ang. cost per lead ‘cena za potencjalnego klienta’;

‘koszt potencjalnego klienta, pozyskanego w wyniku kampanii reklamowej’: *Mamy zbyt wysoki CPL, trzeba zoptymalizować strategię marketingową.*

CPS – ang. cost per sale ‘cena sprzedaży’;

‘model rozliczenia reklamodawcy z wydawcą w oparciu o wygenerowaną sprzedaż’: *Rozliczamy się w modelu CPS.*

CR – ang. change request ‘żądanie zmiany’;

‘dokument zawierający wezwanie do pewnej zmiany specyfikacji lub zakresu wykonywanych prac, co nie mieści się w początkowym zakresie projektu. Najczęściej to wiąże się z koniecznością poniesienia dodatkowych kosztów’: *Wystawiamy CR na modyfikacje systemu. Klient zaakceptował CR.*

CRM – ang. customer relationship management ‘zarządzanie relacjami z klientem’;

‘specjalistyczny program służący do budowania, utrzymywania i systematyzacji relacji z klientem’: *Zalóż nową kartę w CRM. Sprawdząć CRM.*

CSR – ang. corporate social responsibility ‘społeczna odpowiedzialność korporacji’.
‘koncepcja rozwoju i prowadzenia przedsiębiorstwa, według której na etapie budowania strategii, są uwzględniane interesy społeczne i ochrona środowiska’: *Firmy CSR. Biznes CSR.*

CTA – ang. call to action ‘wezwanie do działania’;
‘tekst lub plik graficzny, który zawiera w sobie odnośnik do dowolnej strony, celem którego jest zainteresowanie odbiorcy lub użytkownika do kliknięcia w niego’:
Przebudować CTA na stronie.

CTR – ang. click through rate ‘współczynnik kliknięć’;
‘wskaźnik efektywności komunikacji, wyliczany jako procent liczby wszystkich zarejestrowanych kliknięć w stosunku do liczby wiadomości dostarczonych odbiorcom kampanii reklamowej’: *Uzyskaliśmy dobre wyniki CTR w kampanii reklamowej.*

CV – (łac. curriculum vitae ‘przebieg życia’);
‘życiorys zawodowy, zazwyczaj wysyłany w odpowiedzi na ofertę pracy’: *Wysłać CV.*
Spłynęły CV na ofertę PMa.

CX – ang. customer experience ‘doświadczenie klienta’;
‘całość poznawczych, sensorycznych i behawioralnych reakcji konsumenta na produkt na wszystkich etapach procesu użytkowania’: *Zbadać CX dla nowej aplikacji mobilnej.*

D

ddl – ang. deadline ‘termin nieprzekraczalny’;
‘termin końcowy wykonania projektu lub innego zadania’: *Mamy ddl do końca tygodnia.*
zob. deadline

DH – poch. od dział handlowy;
‘dział w strukturze korporacji zajmujący się sprzedażą’: *Wysyłam maila do DH.*

DM – ang. direct message ‘prywatne wiadomości’;

‘wysyłanie wiadomości osobie bezpośrednio’: *Bardzo proszę, dajcie mi znać w komentarzu lub na DM.*

DMS – ang. document management system ‘system zarządzania dokumentami’;
‘system obiegu i zarządzania dokumentacją w firmie’: *Wdrażamy nowy DMS.*

DoD – ang. definition of done ‘definicja ukończenia produktu’;
‘jeden z elementów metody SCRUM, który stanowi pewne kryterium akceptacji i definicji ukończenia produktu’: *Ustaliś DoD produktu.*

DW – poch. od ‘do wiadomości’;
‘wysłanie jakiegokolwiek wiadomości, zazwyczaj za pomocą e-mail z kopią do wiadomości innej osoby’: *Daj mnie na DW, jak będziesz pisał do dyrektora. Odpisałem Klientowi, dałem Cię na DW.*

E

EOD – ang. end of the day ‘koniec dnia’;
‘termin wykonania zlecenia/zadania jest na koniec dnia’: *Podeślij mi gotowy brief EOD.*

ERP – ang. enterprise resource planning ‘planowanie zasobów przedsiębiorstwa’;
‘system informatyczny przeznaczony do wspomagania zarządzania i planowania zasobów przedsiębiorstwa’: *Instalacja systemu na ERP. Od września przechodzimy na nowego ERP.*

F

FAQ – ang. frequently asked questions ‘najczęściej zadawane pytania’;
‘akronim używany na stronach internetowych, jako oznaczenie działu strony z odpowiedziami na najczęściej zadawane pytania’: *Zobacz całą instrukcję w FAQ.*

fb – poch. od ‘Facebook’;
‘skrótowa nazwa sieci społecznościowej Facebook’: *Działamy głównie na FB, inne sieci tylko jako wspomagające.*
zob. Facebook.

fck – ang. fuck ‘kurwa’;

‘rodzaj wulgaryzmu, używany w komunikacji pisemnej’: *fck, znowu poprawki.*

zob. fuck

FTE – ang. full time employee ‘pracownik na pełny etat’

‘oznaczenie rodzaju współpracy z zatrudnioną osobą w firmie na zasadzie pracy na pełny etat’: *Potrzebujemy zatrudnić PMA na FTE.*

FYI – ang. for your information ‘dla twojej informacji’;

‘akronim używany w komunikacji mailowej, jako oznaczenie „do wiadomości” dla osoby, która otrzymała dany komunikat’: *FYI, przesyłam w mailu informację od klienta.*

G

GPS – ang. global positioning system ‘globalny system nawigacji’;

‘amerykański system nawigacji satelitarnej, który obejmuje swoim zasięgiem całą kulę ziemską’: *Włączyć GPS. Aplikacja potrzebuje dostępu do GPS.*

H

HO – ang. home office ‘biuro domowe’;

‘tryb pracy, kiedy pracownik wykonuje swoje obowiązki zawodowe z domu’: *Dziś jestem na HO. Praca na HO. Do poniedziałku na HO.*

HR – ang. human resource ‘zasoby ludzkie’;

‘akronim używany dla określenia stanowiska pracy osoby lub działu firmy, zajmującego się zarządzaniem zasobami ludzkimi’: *Pracuję w HR. HR wystawił nowe ogłoszenie o pracę.*

I

IG – poch. od ‘Instagram’;

‘skrótowa nazwa sieci społecznościowej Instagram’: *Wrzucić reels na IG.*

IMHO – ang. in my humble opinion ‘moim skromnym zdaniem’;

‘zaznaczenie własnego zdania na jakiś temat, przeważnie w pisemnej komunikacji nieoficjalnej na czatach’: *IMHO, daną funkcjonalność trzeba przerobić na zaproponowaną w załączniku.*

IP – ang. Internet protocol ‘protokół internetowy’;

‘protokół internetowy, który razem z protokołem TCP tworzy podstawowy protokół wymiany danych dla sieci Internet’: *Podać IP. Łączyć się za pomocą IP.*

IT – ang. information technology ‘technologia informacyjna’;

‘dziedzina wiedzy, która łączy w sobie informatykę z telekomunikacją zajmująca się pozyskiwaniem, selekcjonowaniem, analizowaniem, przetwarzaniem, przechowywaniem, zarządzaniem oraz przekazywaniu innym ludziom różnego rodzaju informacji’: *Pracuję w IT. Branża IT cały czas się rozwija.*

J

JBM – ang. junior brand manager ‘młodszy menedżer marki’;

‘pogardliwe określenie klienta w branży reklamowej pochodne od strony w mediach społecznościowych „Junior Brand Manager”, która prezentuje różne wpadki menedżerów komunikujących się z agencjami reklamowymi’: *Trzeba zatrudnić JBM do zespołu marketingu.*

Jj – poch. od ‘już jestem’.

‘oznacza, że osoba, do której pisaliśmy wcześniej, już wróciła i już jest przy komputerze’: *jj, co tam chciałeś? jj. wdzwoń mnie jak będziesz dostępny [sic!].*

jw. – poch. od ‘jak wyżej’.

‘jak wyżej’: *Opis zadania jw. Odpowiedź na dane pytanie jw.*

K

KAM – ang. key account manager ‘kierownik do spraw kluczowych klientów’;

‘kierownik do spraw kluczowych klientów’: *Przekierować klienta do jego KAMa. Przepisałem Ciebie, jako KAM do nowych klientów.*

zob. key account manager

KPI – ang. key performance indicators ‘kluczowe wskaźniki wydajności/efektywności’;
‘cele liczbowe do spełnienia dla danego pracownika. Dla managerów wyższego szczebla KPI często są to przychody. W przypadku np. działu marketingu może to być otwieralność przez odbiorców kampanii reklamowej, czyli są to metryki, za pomocą których mierzy się efektywność prowadzonych działań’: *Mamy niskie KPI. Musimy przeanalizować nasze kampanie, żeby zwiększyć KPI.*

L

LAN – ang. local area network ‘lokalna sieć komputerowa’;
‘sieć z kilku połączonych ze sobą komputerów, routerów i innych urządzeń, które mogą łączyć się z siecią Internet’: *Brak połączenia z LAN. Nawiązać połączenie z LAN. Jestem wewnątrz sieci LAN.*

LOL – ang. laughing out loud ‘śmieję się na cały głos’;
‘skrót używany w komunikacji pisemnej (rzadko mówionej), w sytuacji gdy coś rozśmieszy albo zaskoczy. Jest to reakcją zdziwienia jakąś opowieścią’: *lol, ale dobry case. LOL, nie zazdroszczę mu.*

M

MVP – ang. minimum viable product ‘minimalny opłacalny produkt’;
‘produkt minimalnie gotowy do wprowadzenia na rynek, który pozwala zmierzyć zainteresowanie klienta przy jak najmniejszym wysiłku’: *Przedstawiamy pod koniec października MVP, potem dopracowujemy produkt.*

N

NDA – ang. non-disclosure agreement ‘umowa o zachowaniu poufności’;
‘umowa, w której strony zobowiązują się do wymiany poufnych danych z zastrzeżeniem o

ich nierozpowszechnieniu’: *Podpisana umowa NDA. Możemy przekazywać dane, mamy podpisaną NDA. Bez NDA nie przekazujemy żadnych danych.*

NGO – ang. non-government organization ‘organizacja pozarządowa’;
‘organizacja działająca na rzecz wybranego interesu i nie działająca w celu osiągnięcia zysku’: *Współpracujemy z NGO. Zaangażować NGO do oceny produktu.*
zob. non-profit

nwm – skrót od ‘nie wiem’;
‘skrót używany w komunikacji korporacyjnej, prywatnej w czatach i messengerach’: *nwm, możesz sprecyzować pytanie? nwm, podaj więcej szczegółów [sic!].*

nmzc – skrót od ‘nie ma za co’;
‘skrót używany w komunikacji korporacyjnej, prywatnej w czatach i messengerach, jako odpowiedź na podziękowanie’: *nmzc, pisz jak będzie jeszcze potrzeba. nmzc, cieszę się, że mogłem pomóc.*

O

OMG – ang. oh my God ‘o mój Boże’;
‘skrót używany w sytuacji zdziwienia, lub zdenerwowania’: *OMG, co się dzieje w waszym zespole? OMG, ale będą zmiany w teamie.*

P

PFA – ang. please find attached ‘proszę znaleźć w załączeniu’;
‘skrót oznacza, że wiadomość jest z załącznikiem, który jest ważną częścią wiadomości’:
PFA mapa procesu oraz graf ze spotkania.

pls – skrót z ang. please ‘proszę’;
‘skrót używany przeważnie w nieoficjalnej komunikacji mailowej lub czatach i messengerach, który oznacza ‘proszę’’: *Pls o info dot. projektu. Daj znać jak skończy się spotkanie pls.*

PM – ang. project manager ‘kierownik projektu’;

‘kierownik projektu lub osoba odpowiedzialna za realizację projektu’: *Czekam pozytywnego feedbacku ze strony PM po zakończeniu kola.*

pm – ang. private message ‘wiadomość prywatna’;

‘skrót pisany małymi literami oznacza prośbę lub stwierdzenie o wysłaniu wiadomości prywatnej’: *Napisz do mnie pm. Lepiej pisz pm, nie na forum.*

zob. priv

PO – zob. product owner ‘właściciel produktu’;

‘stanowisko kierownicze w zespole, działającym zgodnie z metodyką scrum, zadaniem którego, jest czuwanie nad pracą zespołu deweloperskiego, decydowanie co i do kiedy powinno zostać zaimplementowane podczas najbliższej pracy zespołu oraz na podstawie potrzeb zgłaszanych przez klienta tworzy pełne opisy wymagań, odpowiada za wizję i wartość produktu’: *Dane zgłoszenie musi być zaakceptowane przez PO. Bez decyzji PO nie możemy wdrażać tego rozwiązania.*

POI – ang. point of interest ‘punkt zainteresowania’;

‘punkt zainteresowania, który jest zaznaczony na mapach w formie swoistego znaczka. Pinezka zaznaczona na mapach’: *Wyślę ci POI na czacie.*

pre-prod – z ang. pre ‘przed’, prod ‘production’;

‘środowisko przed produkcyjne’: *Wrzucamy zmiany na pre-prod. Uruchomienie środowiska pre-prod.*

PR – ang. public relations ‘relacje publiczne’, ‘kontakty z otoczeniem’;

‘działania, celem których jest promowanie marki i zachęcenie potencjalnych klientów do zakupu towaru lub usługi’: *Uruchamiamy działania PR.*

prod – poch. od ‘produkcja’;

‘komputerowe środowisko produkcyjne, na którym może być zainstalowany program’: *Środowisko prod. Aktualizacja środowiska prod.*

zob. produkcja

PZDR – poch. od ‘pозdrowienia’;

‘podpis na końcu komunikatu w mailu’: *pzdr, Janek. PZDR, JK.*

Q

QA – ang. quality assurance ‘zapewnianie jakości’;

‘działanie, ukierunkowane na realizację wymagań jakości końcowego produktu’:
Środowisko QA. Działania QA.

R

radar – ang. radio detection and ranging ‘wykrywanie i zasięg radiowy’;

‘urządzenie radiolokacyjne, które wykrywa i określa położenie obiektów w przestrzeni na podstawie odbitych od nich fal radiowych’: *Radar nowości. Włączyć radar.*

R&D – ang. research and development ‘prace rozwojowe’;

‘dział rozwoju aplikacji’: *Zgłoszenie rozwojowe do R&D.*

RDP – ang. remote desktop protocol ‘protokół zdalnego pulpitu’;

‘protokół umożliwiający komunikację i dostęp zdalny do pulpitu komputera’: *Podłączenie do RDP. Uruchomienie RDP.*

RFP – ang. request for proposal ‘zapytanie ofertowe’;

‘prośba o złożenie oferty’: *Proszę o wysłanie RFP. Przygotować RFP.*

RFQ – ang. request for quotation ‘zapytanie o wycenę’;

‘zapytanie o wycenę’: *Wysłanie RFQ do klienta.*

RFX – ang. request for ‘zapytanie o’ + -x ‘Excel’;

‘zapytanie ofertowe w formie excel’: *Przygotowanie RFX. Wysłanie RFX do klienta.*

RLY – ang. really ‘naprawdę’;

‘zdziwienie czymś lub stwierdzenie prawdziwości jakiegoś wydarzenia, skrót używany w komunikacji pisemnej na messengerach i czatach’: *RLY, jesteś pewny tej info?*

RODO – poch. od Rozporządzenie o Ochronie Danych Osobowych;
‘rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE. Skrót zyskał na popularności i zaczął być intensywnie używany po wejściu ustawy w życie’:
Działamy zgodnie z RODO. Strona internetowa zgodna z RODO.

Rofl – ang. rolling on the floor laughing ‘tarzać się po podłodze ze śmiechu’;
‘określenie mocnego rozbawienia jakąś wiadomością, oznaczające pękać ze śmiechu’:
ROFL, ale wiadomość dnia.

ROI – ang. return of invest ‘zwrot z inwestycji’;
‘wskaźnik rentowności stosowany w celu zmierzenia rentowności przeprowadzonych lub planowanych działań’: *ROI kampanii reklamowej. ROI działań marketingowych.*

RWD – ang. responsive web design ‘responsywny wzór strony’;
‘taki szablon strony internetowej, który w bardzo prosty sposób dostosowuje się do każdego rodzaju ekranu komputera, telefonu, tabletu’: *Tworzymy stronę RWD. Poprawić RWD strony.*

S

SaaS – ang. Software-as-a-Service ‘oprogramowanie jako usługa’;
‘model biznesowy, w którym dostarczenie oprogramowania klientowi, jest poprzez instalowanie go na infrastrukturze producenta, która pozostaje jego własnością i jest przez niego utrzymywana. Użytkownicy uzyskują dostęp do aplikacji poprzez Internet (stąd pojawiająca się czasami nazwa „usługa internetowa”). W modelu tym oprogramowanie jest najczęściej opłacane w formie abonamentu’: *Instalacja usługi SaaS. Świadczymy usługi SaaS.*
zob. on-premises

SEM – ang. search engine marketing ‘marketing w wyszukiwarkach internetowych’;
‘działania promocyjne (kampanie linków sponsorowanych, pozycjonowanie i

optymalizacja stron WWW), które mają na celu uzyskanie jak najlepszych pozycji serwisu w wynikach wyszukiwania. Przeważnie te działania są skupione na płatnych wynikach’: *Działania SEM. Optymalizacja pod kątem SEM.*

SEO – ang. search engine optimization ‘optymalizacja dla wyszukiwarek internetowych’; ‘działania, które mają na celu pozycjonowanie strony internetowej, pokazanie danej strony jak najwyżej w wyszukiwarce i generować bezpłatne wyniki wyszukiwania’: *Dział zajmujący się SEO. Ulepszyć SEO strony produktowej.*

SMART – ang. specific, measurable, achievable, relevant, time-bound ‘skoncentrowany, mierzalny, osiągalny, istotny, określony w czasie’; ‘metoda skutecznego osiągnięcia celów’: *Przytrzymujemy się metody SMART.*
zob. smart

SMM – ang. social media marketing ‘marketing w sieciach społecznościowych’; ‘prowadzenie sprzedaży oraz zwiększenie pozycjonowania strony w wyszukiwarkach’: *Janek prowadzi SMM dla naszej strony internetowej. Oferujemy SMM dla klientów.*

SMS – ang. short message service ‘usługa krótkich wiadomości’; ‘Usługa komunikowania się za pomocą krótkich wiadomości tekstowych dostępna dla większości urządzeń telefonicznych, mobilnych i internetowych’: *Wysłać SMS. Puścić SMS.*

SRSLY – skrót od ang. seriously ‘naprawdę’; ‘skrót oznaczający mocne zdziwienie pewną sytuacją’: *SRSLY, na pewno miałeś to na uwadze? SRSLY, co za wiadomość.*

stg – ang. staging ‘inscenizacja’; ‘etap przedprodukcyjnego testowania projektu’: *Wgranie zmian na stg pod koniec tygodnia. Przekazanie klientowi zmian na stg.*
zob. staging

T

TBC – ang. to be confirmed ‘do potwierdzenia’;

‘skrót używany w komunikacji mailowej, jako prośba o potwierdzenie lub wyraz, że takie potwierdzenie będzie otrzymane’: *TBC przez team leadera. TBC po wewnętrznej analizie.*

TBH – ang. to be honest ‘szczerze mówiąc’;

‘szczerze mówiąc’: *TBH nie jestem pewny, że przejdą dane zmiany. TBH wątpię, że dana funkcjonalność zmieści się w budżecie.*

Thx – ang. thanks ‘dzięki’ < ang. thank you ‘dziękuję’;

‘skrót wyrażający podziękowanie za coś’: *thx za pomoc. thx, odezwę się jak ustalę termin spotkania.*

tzn. – poch. od ‘to znaczy’;

‘to znaczy’: *tzn. miałem na myśli, że trzeba przerobić dany dokument.*

U

UAT – ang. user acceptance testing ‘testowanie akceptacyjne przez użytkowników’;

‘etap albo rodzaj testowania, które jest przeprowadzane przez użytkownika końcowego czy klienta w celu weryfikacji i zaakceptowania oprogramowania przed przeniesieniem aplikacji do środowiska produkcyjnego’: *Przekazane rozwiązanie do UAT. Otrzymaliśmy wyniki UAT.*

UI – ang. user interface ‘interfejs użytkownika’;

‘przestrzeń, w której następuje interakcja człowieka z komputerem’: *Projektujemy UI. Weryfikacja UI pod kątem UX.*

zob. interfejs użytkownika

UoP – poch. od ‘umowa o pracę’;

‘umowa o pracę’: *Praca na UoP. Dostałem rozliczenie z UoP.*

UPD – skrót z ang. update ‘aktualizacja’;

‘skrót wykorzystywany dla zaznaczenia miejsca w komunikacji pisemnej, jako dopełnienie wcześniej napisanej wiadomości lub aktualizacji pierwotnej treści. Często spotykane w

procesie tworzenia jakiegoś projektu, kiedy następują jakiegokolwiek zmiany lub prowadzi się omówienie zakresu projektu’: *UPD: projekt czasowo zawieszony do odwołania. UPD: nowe rozporządzenie w załączniku.*

zob. aktualizacja, update.

URL – ang. uniform resource locator ‘ujednolicony format identyfikowania zasobów’;
‘ujednolicony format adresowania i identyfikowania zasobów w Internecie, inaczej adres strony WWW’: *Przekazać URL strony. Poprawić URL. Wbij URL w pasku adresowym.*

U&S – ang. upgrade and support ‘aktualizacja i utrzymanie’;
‘dział ciągłości utrzymania systemów oraz wsparcia technicznego’: *Przekazanie projektu do U&S. Zgłoszenia po zakończeniu projektu są kierowane do U&S.*

UX – ang. user experience ‘doświadczenie użytkownika’;
‘doświadczenie użytkownika, co jest zbiorem wrażeń towarzyszących użytkownikowi podczas korzystania z produktu, serwisu internetowego, aplikacji czy produktu, co sprzyja projektowaniu klientocentrycznemu i dopasowania rozwiązań do maksymalizacji pozytywnych odczuć. Stanowi sobą odrębny obszar wiedzy, który ma na celu badanie i wprowadzenie do użytku usprawnionych zasad korzystania z urządzeń lub poruszania się po programach i dąży do stworzenia najbardziej przyjaznego dla użytkownika interfejsu’:
Optymalizacja strony pod kątem UX.

zob. UXowy, user experience, CX

V

VA – ang. virtual assistant ‘asystent wirtualny’;
‘asystent osobisty, wykonujący swoją pracę zdalnie’: *Uruchomić VA dla użytkowników strony. VA w formie czat-bota*

VPN – ang. virtual private network ‘wirtualna prywatna sieć’;
‘usługa, która pozwala utworzyć zaszyfrowane, bezpieczne połączenie w Internecie i może ukrywać tożsamość podczas przeglądania’: *Dostęp do sieci przez VPN. Uruchomić VPN, żeby dostać się do infrastruktury.*

VR – ang. virtual reality ‘wirtualna rzeczywistość’;
‘obraz sztucznej rzeczywistości stworzony przy wykorzystaniu technologii informatycznej’: *Rozwijamy własny produkt VR.*

W

WFH – ang. working from home ‘praca z domu’;
‘tryb pracy, kiedy pracownik zdalnej wykonuje swoje obowiązki z domu bez odwiedzania biura’: *Janek jest na WFH.*

wg – poch. od ‘według’;
‘według’: *wg mnie, trzeba to zrobić w taki sposób.*

Wi-Fi – ang. wireless fidelity ‘bezprowadowa wierność’;
‘technologia łączenia bezprzewodowego między urządzeniami’: *Połączenie przez Wi-Fi.*
Hasło do Wi-Fi.

WLAN – ang. wireless local area network ‘bezprowadowa lokalna sieć komputerowa’;
‘sieć lokalna, oparta na komunikacji bezprzewodowej’: *Połączenie przez WLAN.*

ws. – poch. od ‘w sprawie’;
‘w sprawie’: *Hej, piszę ws wczorajszego spotkania. Piszę ws. agendy spotkania.*

WTF – ang. what a fuck ‘co jest kurwa’;
‘skrót, który oznacza wulgaryzm lub przekleństwo, często używany przy zdziwieniu z czegoś, szokowanie czymś’: *WTF, czemu to nadal nie działa? WTF, coś zamula, nie możemy uruchomić strony.*

ww. – poch. od ‘wyżej wymieniony’
‘wskazuje na wyżej wymieniony temat albo sprawę’: *Piszę dot. ww. tematu. Zobacz ww. task.*

WWW – ang. world wide web ‘ogólnoświatowa sieć komputerowa’;
‘system informacyjny, który można określić, jako zbiór informacji, do których dostęp

odbywa się za pośrednictwem Internetu’: *Strona WWW.*

X

xD – ‘dana kombinacja dwóch liter, oznacza graficzne wyrażenie emocji, które oznacza mocne rozbawienie kogoś, kto ją wysyła. Przypomina uśmiechniętą twarz z zamkniętymi oczami’: *Mamy najlepszy wynik w tym miesiącu, xD. XD, dostaliśmy potwierdzenie od klienta.*

xoxo – ang. hugs and kisses ‘buziaki i uściski’;

‘skrót używany na końcu listów, maili i smsów, gdzie x oznacza całusa, albo uścisk’:
Dzięki za asystę na spotkaniu, xoxo.

Y

YOLO – ang. you only live once ‘żyje się tylko raz’;

‘zwrot oznaczający, żyje się tylko raz’: *YOLO, masz dobre wieści na mailu.*

YT – poch. od ‘YouTube’;

‘skrótowa nazwa popularnego amerykańskiego serwisu internetowego YouTube’:
Opublikowano na YT. Prowadzimy kanał na YT.

zob. YouTube

Z

Zw – poch. od ‘zaraz wracam’.

‘komunikat oznaczający, że dana osoba nie może odpisać w dany moment, gdyż nie jest przy komputerze i niedługo wróci’: *ZW, odpiszę później.*

-

:P – ‘wyrażenie znakowe emocji, która oznacza wesołe pokazywanie języka. Przypomina twarz z oczami i wysuniętym językiem’: *Zrobiliśmy dobrą sprzedaż w tym tygodniu :P.*

BIBLIOGRAFIA

Słowniki i kompendia

1. Arct, M., *Słownik ilustrowany języka polskiego*. t. 1, Warszawa 1916.
2. Czeszewski, M., *Słownik slangu młodzieżowego*, Piła 2001.
3. *Encyklopedia językoznawstwa ogólnego*, red. K. Polański, Wrocław-Warszawa-Kraków 1993.
4. *Encyklopedia socjologii*, Warszawa 1999.
5. *English digital dictionary*, <https://www.dictionary.com> [dostęp 2015-2023].
6. *Internetowy słownik wyrazów obcych*, <https://www.bryk.pl/slowniki/slownik-wyrazow-obcych> [dostęp 2016-2023].
7. *Internetowy słownik języka polskiego PWN*, <http://sjp.pwn.pl> [dostęp 2016-2023].
8. Jarosz, M., *Słownik wyrazów obcych*, red. M. Cichoń-Siudzińska, Wrocław 2001.
9. Markowski, A., *Słownik poprawnej polszczyzny*, Warszawa 2021.
10. *Merriam-Webster dictionary*, <https://www.merriam-webster.com/> [dostęp 2015-2023].
11. *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, red. H. Zgólkowa, t. 1-50, Poznań 1994 – 2005.
12. *Słownik języka polskiego pod redakcją Witolda Doroszewskiego*, <http://doroszewski.pwn.pl/> [dostęp 02.09.2020].
13. *Słownik języka polskiego*, red. J. Karłowicz, A. A. Kryński, W. Niedźwiedzki, t. I-VIII, Warszawa 1900-1927.
14. *Słownik języka polskiego*, red. M. Szymczak, Warszawa 1978.
15. *Słownik języka polskiego*, red. M. Szymczak, t. 1., Warszawa 1993.
16. *Słownik języka polskiego*, red. W. Doroszewski, t. 1-11, Warszawa 1958-1969.

17. *Słownik języka polskiego*, red. W. Doroszewski, Warszawa 1997 [wersja elektroniczna].
18. *Słownik języka polskiego SJP*, <http://sjp.pl> [dostęp 2016-2021].
19. *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006.
20. *Słownik współczesnego języka polskiego*, red. B. Dunaj, Kraków 2000.
21. *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem*, red. W. Kopaliński, Warszawa 2005.
22. *Uniwersalny słownik języka polskiego*, red. S. Dubisz, t. 2, Warszawa 2003.
23. *Wielki słownik języka polskiego PAN*, <https://www.wsjp.pl> [dostęp 2016-2023].
24. *Wielki słownik wyrazów obcych PWN*, red. M. Bańko, Warszawa 2015.

Źródła administracyjne

25. Loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française.
26. PN-EN ISO 9001:2015 Systemy Zarządzania jakością. Wymagania.
27. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (RODO).
28. Ustawa z dnia 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2018 r. poz. 1000).
29. Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. 2004 Nr 173 poz. 1807).
30. Ustawa z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (Dz.U. 2004 Nr 99 poz. 1001).
31. Ustawa z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks pracy (Dz. U. 1974 Nr 24 poz. 141).
32. Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. Ordynacja podatkowa (Dz. U. 1997 Nr 137 poz.

- 926).
33. Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. 1994 Nr 24 poz. 83).
 34. Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz.U. 2018 poz. 646).
 35. Ustawa z dnia 7 października 1999 r. o języku polskim (Dz. U. 1999 Nr 90 poz. 999).
 36. Zalecenie Komisji Wspólnot Europejskich z dnia 6 maja 2003 r. dotyczące definicji przedsiębiorstw mikro, małych i średnich (Dz. Urz. UE L 124 z dnia 20.05.2003 r).

Monografie i artykuły

37. Augustynek, A., *Komunikacja interpersonalna w relacjach społecznych*, [w:] *Komunikowanie i zarządzanie w społeczeństwie informacyjnym*, red. L. H. Haber, Kraków 2011, s. 69.
38. Awdziejew, A., *Strategie komunikacyjne (próba typologii)*, „Socjolingwistyka” 1991, nr 11.
39. Babecki, M., *Analiza wizerunku języka polskiego jako obcego w środowisku Internetowym*, [w:] *Acta Universitatis Lodzinensis. Kształcenie polonistyczne cudzoziemców*, nr 20, Łódź 2013, s. 199-208.
40. Babik, W., *Bariery i zakłócenia w komunikowaniu się bibliotekarzy z przełożonymi*, „Zarządzanie Biblioteką” 2011, nr 3, s. 21-35.
41. Bajerowa, I., *Język ogólnopolski XX wieku*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin 2001, s. 45.
42. Balcerzan, E., *W stronę genologii multimedialnej*, „Teksty Drugie” 1999, nr 5, s. 7-25.
43. Barney, D., *Spoleczeństwo sieci*, Warszawa 2008.
44. Batko-Tokarz, B., *Tematyczny podział słownictwa w Wielkim słowniku języka polskiego*, [w:] *Nowe studia leksykograficzne 2*, red. P. Żmigrodzki, R. Przybylska, Kraków 2008, s. 31-48.

45. Batko-Tokarz, B., *Kwalifikacja tematyczna w WSJP PAN*, [w:] *Wielki słownik języka polskiego PAN. Geneza, koncepcja, zasady opracowania*, red. P. Żmigrodzki, Kraków 2018, s. 79-92.
46. Batko-Tokarz, B., *Tematyczny podział słownictwa współczesnego języka polskiego (teoria, praktyka, leksykografia)*, Kraków 2019.
47. Bartmiński, J., *Styl potoczny jako centrum systemu stylowego języka*, [w:] *Poradnik językowy 1-2*, Warszawa-Łódź 1991.
48. Bartol-Jarosińska, D., *Świadomość językowa robotników warszawskich*, Warszawa 1986.
49. Becker, G. S., *Ekonomiczna teoria zachowań ludzkich*, Warszawa 1990, s. 436-574.
50. Bernstein, B., *Class, codes and control. Theoretical Studies towards a Sociology of Language*, London 2003.
51. Bernstein, B., *Socjolingwistyka a społeczne problemy kształcenia*, [w:] *Język i społeczeństwo*, red. M. Głowiński, Warszawa 1980, s. 90.
52. Bell de Tienne, K., *Komunikacja elektroniczna*, Warszawa 2009.
53. Bell, D., *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*, New York 1973.
54. Białobłocki, T., Moroz, J., *Nowoczesne techniki informacji i komunikacji – ich rozwój i zastosowanie*, [w:] *Społeczeństwo informacyjne. Istota, rozwój, wyzwania*, red. T. Białobłocki, J. Moroz, M. Nowina-Konopka, L. W. Zacher, Warszawa 2006, s. 123-170.
55. Bobrowski, I., *Zaproszenie do językoznawstwa*, Kraków 1998.
56. Bogusławska-Tafelska, M., *Ekolingwistyczne aspekty adaptacji Polaków przebywających na emigracji zarobkowej w Wielkiej Brytanii*, „Scripta Neophilologica Posnaniensia”, t. 10, Poznań 2009, s. 23-37.
57. Budzanowska-Drzewiecka, M., *Różnice kulturowe w komunikacji biznesowej*, Kraków 2016, s.76-78.

58. Budziszewska, M., *O wspólnocie komunikacyjnej i narracyjnym trybie ujmowania doświadczenia w rozumieniu Paula Ricoeura*, [w:] *Wspólnota komunikacyjna w teorii i praktyce, Via Communicandi*, red. B. Sierocka, Wrocław 2007.
59. Bytniewski, P., *Dyskursy wiedzy. Michela Foucaulta archeologie nauk humanistycznych*, Lublin 2013, s. 304-308.
60. Castells, M., *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań 2003.
61. Castells, M., *Spółczesność sieci*, Warszawa 2007.
62. Chaciński, B., *Język 2.0. Nowa polszczyzna w sieci*, „Polityka” 2011, nr 20.
63. Chłopicki, W., Świątek J., *Angielski w polskiej reklamie*, Warszawa – Kraków 2000.
64. *Człowiek wobec wyzwań współczesności. Upadek wartości czy walka o wartość?*, red. J. Mazur, A. Małycka, K. Sobstyl, Lublin 2007.
65. Dąbrowska, A., *Język e-maila, jako hybryda mowy i pisma*, [w:] *Język trzeciego tysiąclecia*, red. G. Szpila, Kraków 2000, s. 131-140.
66. Dąbrowska, M., *Cechy komunikacji elektronicznej*, [w:] *Język trzeciego tysiąclecia II, Tom. 1: Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*, red. G. Szpila, Kraków 2002, s. 151-160.
67. Dąbrowski, M., *Swój/Obcy/Inny. Z problemów interferencji i komunikacji międzykulturowej*, Izabelin 2001.
68. Doberek-Ostrowska, B., *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław 2004, s. 13.
69. Dobrowolski, Z., *Koncepcja społeczeństwa informacyjnego Daniela Bella*, [w:] *Od informacji naukowej do technologii społeczeństwa informacyjnego*, red. B. Sosińska-Kalata, M. Przystek-Samokowa, Warszawa 2005, s. 94-115.
70. Drabik, B., *Językowe rytuały tworzenia więzi interpersonalnej*, Kraków 2010.
71. Dunaj, B., Mycałka, M., *O potrzebnych i niepotrzebnych zapożyczeniach z języka angielskiego*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis, Studia Linguistica” 2017, nr 12, s. 67-80.

72. Dzioba, R., *Netspeak – nową hybrydą językową*, [w:] *Język@multimedia*, red. A. Dytman-Stasiński, J. Stasiński, Wrocław 2005, s. 463-478.
73. *Ekrany piśmienności. O przyjemnościach tekstu w epoce nowych mediów*, red. A. Gwóźdź, Warszawa 2008.
74. Ellul, J., *The Technological System*, New York 1980.
75. Fairclough, N., *Discourse and social change*. Cambridge 1992.
76. Foucault, M., *The Archaeology of Knowledge*. New York 1972.
77. Furdal, A., *Językoznawstwo otwarte*, Wrocław 2000.
78. Gajda, S., *Współczesna polszczyzna naukowa. Język czy żargon?*, Opole 1990.
79. Gajda, S., *Podstawy badań stylistycznych nad językiem naukowym*, Warszawa-Wrocław 1982.
80. Gajda, S., *Wprowadzenie do teorii terminu*, Opole 1990.
81. Geertz, C., *Thick description: Toward an interpretive theory of Culture*, [w:] *The Interpretation of Cultures. Selected Essays*, New York 1973, s. 5.
82. Giddens, A., *Konsekwencje nowoczesności*, tłum. E. Klekot, Kraków 2008.
83. Giddens, A., *Socjologia*, tłum. A. Szulżycka, Warszawa 2004.
84. Giddens, A., *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*, "American Journal of Sociology" 1984, nr 91(4).
85. Głogowski, W., *Komunikowanie interpersonalne*, Warszawa 2001.
86. Głowiński, M., *Nowomowa*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin 2001, s. 173.
87. Goban-Klas, T., *Nauki o mediach. Prekursorzy – ojcowie założyciele – medioznawcy i mediolodzy*, „Zeszyty Prasoznawcze 56” 2013, nr 1 (213), s. 11-25.
88. Godzic, W., *Język w Internecie: Czy piszemy to, co myślimy?* [w:] *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa 2000, s. 176-185.
89. Golka, M., *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, Warszawa 2008.

90. Gordon, P. H., Meunier-Aitsahalia, S., *The French challenge: adapting to globalization*, Washington 2001, s. 60.
91. Górska-Olesińska, M., *Słowo w sieci. Elektroniczne dyskursy*, Opole 2009.
92. Grabias, S., *Język w zachowaniach społecznych*. Lublin 1997.
93. Grabias, S., *Język w zachowaniach społecznych. Podstawy socjolingwistyki i logopedii*, Lublin 2019.
94. Grabias, S., *Środowiskowe i zawodowe odmiany języka – socjolekty*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin 2001, s. 250.
95. Grice, P. H., *Studies in the Way of Words*, Cambridge 1969.
96. Grice, P. H., *Logika a konwersacja*, [w:] *Język w świetle nauki*, tłum. B. Stanosz, Warszawa 1980, s. 91-114.
97. Griffin, E., *Podstawy komunikacji społecznej*, tłum. O. Kubińska, M. Kacmajor, W. Kubiński, Gdańsk 2003.
98. Gronbeck B. E., German K., Ehninger D., Monroe A. H., *Zasady komunikacji werbalnej*, Poznań 2001, s. 56-68.
99. Gruchoła, M., *Nowe formy zachowań społecznych wobec i pod wpływem mediów oraz nowych technologii. Analizy porównawcze*, [w:] *Państwo i Społeczeństwo*, nr 3, Kraków 2017, s. 132.
100. Grucza, S., *Idiolekt specjalistyczny – idiokultura specjalistyczna – interkulturowość specjalistyczna*, [w:] *Teksty zawodowe w kontekstach kulturowych i tłumaczeniach*, „Języki specjalistyczne 6”, red. J. Lewandowski, M. Kornacka, Warszawa 2006, s. 30-49.
101. Grzelak, E., *Imagologia – narzędzie kreacji innego w przekazie elektronicznym*, „Porównania” 2017, nr 20, s. 9-24.
102. Grzelak, E., *Interpersonal relations in the new cyber-civilisation and their transfer into the real world*, [w:] *Массовые коммуникации: интеграция научных парадигм (критерии и методы оценки эффективности коммуникаций)*, Иркутск 2015, s. 28-42.
103. Grzelak, E., *Między wolnością a zniewoleniem, czyli, w jaki sposób rozwój*

- technologiczny determinuje komunikację międzyludzką*, [w:] *Przeobrażenia w języku i komunikacji medialnej na przełomie XX i XXI wieku*, red. M. Karwatowska, A. Siwiec, Lublin 2010, s. 261-273.
104. Grzelak, E., *O „prawdach” w czasach postprawdy. Perspektywa komunikologiczna*, Poznań 2019.
105. Grzelak, E., *W poszukiwaniach Edenu*, Gniezno 2008.
106. Grzelak, E., *Zróżnicowanie wewnętrzne języka etnicznego a uniwersalne koncepcje kodów wspólnotowych: od lingwistyki do semiotyki*, [w:] *Studia Europaea Gnesnensia* 9, Gniezno 2014, s. 43-55.
107. Grzenia, J., *Komunikacja językowa w Internecie*, Warszawa 2006.
108. Haarmann, H., *Language in Ethnicity. A View of Basic Ecological Relations*, Berlin 1986.
109. Habrajska, G., *Strategie konwersacyjne w internetowych grupach dyskusyjnych*, [w:] *Język trzeciego tysiąclecia II. Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*, t. 1, Kraków 2002.
110. Hebda, P., *Cyberjęzyk*, „Internet” 2001, nr 2.
111. Haber, L., *Spółczesność informacyjna: wizja czy rzeczywistość*, Kraków 2004.
112. Harmon, J. E., Gross, A. G., *The Scientific Literature: A Guided Tour*, Chicago 2007.
113. Hatch, M.J., *Teoria organizacji*, Warszawa 2002.
114. Haugen, E., *The analysis of linguistic borrowing*, „Language” 1950, nr 26, s. 210-231.
115. Haugen, E., *The Ecology of Language: Essays by Einar Haugen*, Stanford 1972.
116. Heidegger, M., *The Question Concerning Technology and Other Essays*. New York 1977.
117. *Information and communication technology in education. A curriculum for schools and programme of teacher development*, UNESCO 2002.
118. *Innowacje i transfer technologii. Słownik pojęć*, red. K. Matusiak, Warszawa 2011.

119. Jagodzińska, J., *Dyskurs internetowy* [w:] *Studia Pragmalingwistyczne 3. Czynności tworzenia i rozumienia wypowiedzi*, red. J. Porayski-Pomsta, Warszawa 2002.
120. Jarosz, B., *O (nie)tożsamości pojęć: język specjalistyczny, język specjalny, język fachowy, język profesjonalny, język zawodowy, profesjolekt, technolekt, „Polonica”* 2018, nr 38, s. 85-108.
121. Jespersen, O., *Mankind, Nation and Individual*, London 1947.
122. *Język @ multimedia*, red. A. Dytman-Stasieńko, J. Stasieńko, Wrocław 2005.
123. *Język polski XXI wieku: analizy, oceny, perspektywy*, red. G. Szpila, Kraków 2007.
124. *Język rodzimy a język obcy. Komunikacja, przekład, dydaktyka*, red. A. Kopczyński, U. Zaliwska-Okrutna, Warszawa 2002.
125. *Język w Internecie. Antologia*, red. M. Kita, I. Loewe, Katowice 2016.
126. *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa 2000.
127. *Językowy obraz świata*, red. J. Bartmiński, Lublin 1999.
128. Jankiewicz, A., *Cechy charakterystyczne komunikacji politycznej*, „Scripta Neophilologica Posnaniensia”, t. 4, *Transkomunikacja II*, Poznań 2012, s. 27-38.
129. Jordanek, Z., *Psychologiczne i socjologiczne problemy komunikacji*, [w:] *Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty. Współczesne wyzwania komunikacji marketingowej*, red. G. Rosa, A. Smalec, Szczecin 2009.
130. Junkiert, J., *Psychologia w służbie ekologii człowieka: implikacje ekolingwistyczne*, „Scripta Neophilologica Posnaniensia”, t. 4, *Transkomunikacja II*, Poznań 2012, s. 39-51.
131. Kacperska, E., *Migracje międzynarodowe w Europie*, Warszawa 2019.
132. Kaczor, M., *Biznes ze smakiem. Autoprezentacja językowa firm w Internecie*, [w:] *Język, biznes, media*, red. A. Rypel, D. Jastrzębska-Golonka, G. Sawicka, Bydgoszcz 2009, s. 167-176.

133. Kamińska-Szmaj, I., *Słowa na wolności: język polityki po 1989 roku*, Wrocław 2001.
134. Karwatowska, M., *Językowe środki wyrażania agresji w rozmowach nastolatków*, [w:] *Linguistica Bidgostiana*, Bydgoszcz 2008, s. 147-161.
135. Kita, M., *Językoznawcy wobec badań języka w Internecie*, „Artes Humanae” 2016, nr 1, s. 113-114.
136. Kita, M., *Składniki językowego tygla medialnego*, [w:] *Przeobrażenia w języku i komunikacji medialnej na przełomie XX i XXI wieku*, red. M. Karwatowska, A. Siwiec, Lublin 2010, s. 273-283.
137. Klemensiewicz, Z., *O różnych odmianach współczesnej polszczyzny*, Warszawa 1953.
138. Kłosińska, K., *Formy i normy, czyli poprawna polszczyzna w praktyce*, Warszawa 2014.
139. Kmita, J., *Jak słowa łączą się ze światem. Studium niepragmatyzmu*, Poznań 1998.
140. Kołodziejek, E., *Ekonomiczność innowacji składniowych w kontekście normy językowej*, „Postscriptum polonistyczne” 2017, nr 1, s. 87-98.
141. Kotler, P., *Marketing Management*, Englewood Cliffs 1988.
142. Kranzberg, M., *Technology and Culture: An Anthology* 1972.
143. Kowalikowa, J., *O wulgaryzacji i dewulgaryzacji we współczesnej polszczyźnie*, [w:] *Język a Kultura*, red. A. Dąbrowska, A. Nowakowska, t. 20, Wrocław 2008, s. 81-88.
144. Krawczak, M., *Poznańska Szkoła Ekolingwistyki*, „Scripta Neophilologica Posnaniensia”, t. 17, Poznań 2017, s. 145-192.
145. Kuchta, A., *Język w służbie iluzji, czyli o czym „mówi” nowomowa?* [w:] *Maska. Magazyn antropologiczno-społeczno-kulturowy: Mit, kłamstwo, iluzja*, nr 14, Kraków 2012, s. 17-32.
146. Kulczycki, E., *Dwa aspekty komunikacji. Założenia komunikologii historycznej*, Poznań 2015.

147. Kunczik, M., Zipfel, A., *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*, Warszawa 2000.
148. Lakoff, R., *The Logic of Politeness; or Minding your p's and q's*, [w:] *Papers from the ninth regional meeting of the Chicago Linguistic Society*, Chicago 1973, s. 292–305.
149. Lasswell, H., *The Structure and Function of Communication in Society*, [w:] *The Communication of Ideas*, red. L. Bryson, New York 1948.
150. Liberek, J., *Norma językowa jako fakt społeczny fundowany na uzusie. Uwagi w kontekście Słownika właściwych użyć języka*, „Język Polski” 2021, nr 2, s. 34-48.
151. Lipski, W., *Wieloznaczność rozumienia terminu „konotacja” i jego aplikatywność w badaniach nad zaburzeniami mowy*, „Logopedia Silesiana” 2017, nr 6, s. 59.
152. Lisecki, M., *Komunikacja przez komputer*, [w:] *Język a komunikacja*, t. 3, red. G. Habrajska, Łódź 2008.
153. Łukasiewicz, E., *Czy język to projekt doskonały? Zasada ekonomii w strukturze języka i założeniach programu minimalistycznego*, „Filozofia Nauki” 2008, nr 16(1), s. 27-40.
154. Maćkiewicz, J., *Wyrazy międzynarodowe (internacjonalizmy) we współczesnym języku polskim*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wrocław 1993, s. 529.
155. Maćkowiak, K., *Media a proces wulgaryzacji polszczyzny w świadomości językowej studentów PWSZ w Lesznie*, „Scripta Comeniana Lesnensia”, nr 7, Leszno 2009, s. 7-21.
156. Majer, K., *Internet jako przestrzeń komunikacyjna*, „Przegląd Psychologiczny” 2000, t. 43, nr 2, s. 157-173.
157. Mańczak-Wohlfeld, M., *Angielsko-polskie kontakty językowe*, Kraków 2006.
158. Marcjanik, M., *ABC grzeczności językowej*, [w:] *Polszczyzna na co dzień*, red. M. Bańko, Warszawa 2006, s. 294-295.
159. Marcjanik, M., *Proces przewartościowania polskiej grzeczności językowej*, [w:] *Język trzeciego tysiąclecia II*, red. G. Szpila, Kraków 2002, s. 391-396.

160. Markowski, A., *Kultura języka polskiego. Teoria. Zagadnienia ogólne*, Warszawa 2005.
161. Markowski, A., *Kultura języka polskiego. Teoria. Zagadnienia leksykalne*, Warszawa 2005, s. 21.
162. Markowski, A., Puzynina, J., *Kultura języka*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin 2012, s. 49-50.
163. Mattelart, A., *Spółczesność informacji*, Kraków 2004.
164. Matuszczyk, B., Stanulewicz, D., *Kilka uwag o polszczyźnie internetowej (na przykładzie listów informacyjno-reklamowych)*, [w:] *Współczesne odmiany języka narodowego*, red. K. Michalewski, Łódź 2004, s. 139-145.
165. Marx, K., *Capital. A Critique of Political Economy*, New York 1906.
166. McArthur, T., *The Oxford companion to English language*, Oxford 1992, 543–544.
167. McLuhan, M., *Galaktyka Gutenberga*, tłum. A. Wojtasik, Warszawa 2017.
168. McLuhan, M., *Understanding Media: The Extensions of Man*, London-New-York 1964.
169. McLuhan, M., *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, tłum. N. Szczucka, Warszawa 2004.
170. McQuail, D., *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007.
171. Mikołajczak, A.W., *Łacina w kulturze polskiej*, Wrocław 1999.
172. Miodek, J., *O normie językowej*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin 2001, s. 73-83.
173. *Mosty zamiast murów. Podręcznik komunikacji interpersonalnej*, red. J. Stewart, Warszawa 2007.
174. Motyl, P., *Świat Schrodingera. Kronika nieprzewidywalnej przyszłości*, Streamwood 2020, s. 145.
175. Mullen, J., Daniels, D., *Godzina dziennie z e-mail marketingiem*, tłum. T. Walczak, Gliwice 2010.

176. Murdoch, A., *Język public relations*, Warszawa 1998.
177. Bańko, M., *Nie całkiem obce. Zapożyczenia wyrazowe w języku polskim i czeskim*, Warszawa 2016.
178. Nowak, P., Nowakowski, P., *Człowiek a potrzeba informacji. Kilka refleksji na marginesie założeń teorii społeczeństwa informacji*, [w:] *Język, Komunikacja, Informacja I*, red. P. Nowak, P. Nowakowski, Poznań 2006, s. 157-166.
179. Nowak, P., Tokarski, R., *Medialna wizja świata a kreatywność językowa*, [w:] *Kreowanie światów w języku mediów*, red. P. Nowak, R. Tokarski, Lublin 2007, s. 9-35.
180. *Oblicza Internetu*, red. M. Sokołowski, Elbląg 2004.
181. Ochotna, D., *Język polskiej agory wirtualnej – żargon czy pidgin? Próba definicji na podstawie opracowania McArthur (1992)*, „Scripta Neophilologica Posnaniensia”, t. 16, Poznań 2016, s. 85-97.
182. Ochotna, D., *Struktura komunikatów SMS-owych: podejście ekolingwistyczne*, „Scripta Neophilologica Posnaniensia”, t. 4, *Transkomunikacja II*, Poznań 2012, s. 81-101.
183. Ollivier, B., *Nauki o komunikacji*, tłum. I. Piechnik, Warszawa 2010.
184. Ong, W.J., *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, Lublin 1992.
185. *Ochrona języków naturalnych*, „Scripta Neophilologica Posnaniensia”, red. S. Puppel, t. 1, Poznań 2007.
186. Panek, A., *Język w przestrzeni Internetu*, „Przestrzeń Społeczna” 2016, nr 1, s. 102-126.
187. Pankowska, D., Bieganowska-Skóra, A., *Vulgarization of Language as Context for the Socialization of Children and Adolescents*, „Przegląd Badań Edukacyjnych” 2018, nr 27, s. 183–201.
188. Piekot, T., *Język w grupie społecznej. Wprowadzenie do analizy socjolektu*, Wałbrzych 2008, s. 20.
189. Piotrowicz, A., Witaszek-Samborska, M., *O żywotności zapożyczeń niemieckich w gwarze miejskiej Poznania*, „Gwary Dziś” 2015, nr 7, s. 201–214.

190. Pisarek, W., *III Forum Kultury Słowa*, [w:] *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kosińska, Warszawa 2000, s. 5-7.
191. Piwowar, J., *Charakterystyka niektórych przemian funkcjonalnych i frekwencyjnych współczesnej leksyki polskiej*, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna” 2007-2008, nr 3-4, s. 158-165.
192. Płóciennik, I., Podlawska D., *Słownik wiedzy o języku*, Bielsko-Biała 2005, s. 298.
193. *Podstawy nauki o organizacji*, red. S. Marek, M. Białasiewicz, Warszawa 2008.
194. *Polszczyzna w komunikowaniu publicznym*, red. J. Bralczyk, W. Gruszczyński, G. Majkowska, Warszawa 1999.
195. Przybylska, R., *Wstęp do nauki o języku polskim*, Kraków 2003, s. 47.
196. Puppel, S., *Ecomolan and Ecoprolan (Ecological Monitoring and Ecological Profiling of Natural Languages)*, „Scripta Neophilologica Posnaniensia”, t. 4, *Transkomunikacja II*, Poznań 2012, s. 9-19.
197. Puppel, S., *The protection of natural language diversity – fancy or duty?* „Scripta Neophilologica Posnaniensia”, t. 10, Poznań 2009, s. 97-111.
198. Puzynina, J., *O znaczeniu wartości*, [w:] *Nazwy wartości. Studia leksykalno-semantyczne*, red. J. Bartmiński i M. Mazurkiewicz-Brzozowska, Lublin 1993, s. 9-21.
199. Rosenberg, M., *Porozumienie bez przemocy. O języku serca*, Warszawa 2009, s. 138.
200. Rudnicki, S., *Ciało i tożsamość w Internecie. Teoria, dyskurs, codzienność*, Warszawa 2013.
201. Rzepka, W., Walczak, B., *Socjolekt szlachecki XVII wieku*, [w:] *Barok w polskiej kulturze, literaturze i języku. Materiały z konferencji naukowej 25–29 sierpnia 1987 r. w Krakowie*, red. M. Stępień, S. Urbańczyk, Warszawa-Kraków 1992, s. 179-188.
202. Sapir, E., *The Status of Linguistics as a Science*, [w:] D. Mandelbaum, *Selected Writings of Eduardo Sapir in Language, Culture and Personality*, Berkeley–Los Angeles 1951, s. 160–166.
203. Schaff, A., *Język a poznanie*, Warszawa 1967, s. 103.

204. Seretny, A., *Leksyka w nauczaniu języka specjalistycznego – potrzeby akademickie a potrzeby zawodowe*, „Acta Universitatis Lodziensis. Kształcenie Polonistyczne Cudzoziemców” 2017, nr 24, s. 149-166.
205. Shannon, C. E., Weaver, W., *A Mathematical theory of communication*, Illinois 1949.
206. Sierocka, B., *Szkice z teorii racjonalności komunikacyjnej. Ujęcie transcendentalno-pragmatyczne*, Wrocław 2018.
207. Sitarski, P., *Rozmowa z cyfrowym cieniem. Model komunikacyjny rzeczywistości wirtualnej*, Kraków 2002.
208. Skowronek, B., *Współczesne media i nowa sytuacja komunikacyjna*, „Nowa Polszczyzna” 2003, nr 4, s. 32-39.
209. Smoleń-Wawrzusiszyn, M., *Socjolekty wirtualne - metody lingwistyki a komunikacja językowa w społecznościach sieciowych*, [w:] *Metody badań online*, red. P. Siuda, Gdańsk 2016, s. 182-234.
210. Sorówka, A., *Komunikowanie przez Internet – język reklamowych stron www a przykład*, [w:] *Język w komunikacji*, red. G. Habrajska, t. 3, Łódź 2001, s. 126-133.
211. Stelingowska B., *Globalizacja językowo-kulturowa*, [w:] *Literatura i globalizacja*, Siedlce 2017, s. 27-38.
212. Sujak, E., *ABC psychologii komunikacji*, Kraków 2006.
213. Swales, J. M., *Genre analysis: English in academic and research settings*, Cambridge 1990.
214. Świątek, J., *Informacja a perswazja w tekście reklamowym*, [w:] *Język trzeciego tysiąclecia 2*, t. 1, *Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*, red. G. Szpila, Kraków 2002, s. 313-322.
215. Szymański, L., *Analiza wypowiedzi z czatu internetowego*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego” 2009, nr 65, s. 165-174.
216. Szymański, L., *Empiryczna analiza leksyki czatu internetowego*, „Język Polski” 2011, nr 91, s. 179-187.

217. Szymański, L., *Konwencje zapisu wyrazów na czacie internetowym*, „Język Polski” 2012, nr 92, s. 20-28.
218. Tabakowska, E., *Gramatyka i obrazowanie. Wprowadzenie do językoznawstwa kognitywnego*, Kraków 1995.
219. Thomason, S. G., *Language contact*, Edinburgh 2001, s. 8.
220. Tobolová, M., *Komunikacja językowa w polskim Internecie (na podstawie wybranych rozmów użytkowników komunikatorów)*, Brno 2011.
221. Tokarski, R., *Konotacja a problemy kategoryzacji*, [w:] *Język a kultura*, nr 20, Wrocław 2008, s. 144.
222. Tokarski, R., *Kulturowe i tekstotwórcze aspekty profilowania*, [w:] *Profilowanie w języku i tekście*, red. J. Bartmiński, R. Tokarski, Lublin 1998, s. 35-53.
223. Tokarski, R., *Słownictwo jako interpretacja świata*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin 2001, s. 343-370.
224. Tokarz, M., *Ocena społeczna – teoria i wnioski praktyczne*, [w:] *Mechanizmy perswazji i manipulacji. Zagadania ogólne*, red. G. Habrajska, Łask 2003, s. 195.
225. Ulicka, D., *Tekst (w) sieci: tekst, język, gatunki*, Warszawa 2009.
226. Urbańczyk, S., *Rozwój języka narodowego. Pojęcie i terminologia*, [w:] *Prace z dziejów języka polskiego*. Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk 1979, s. 9-33.
227. Urbańczyk, S., *Słowniki ich rodzaje i użyteczność*, Wrocław - Warszawa - Kraków, 1964.
228. Veblen, T., *The Engineers and the Price Systems*, Kitchener 2001.
229. Walczak, B., *Globalizacja językowa – przejawy i prognozy*, [w:] *Globalizacja a przemiany języków słowiańskich*, red. H. Kurek, M. Święcicka, M. Peplińska, Bydgoszcz 2016.
230. Walczak, B., *Język wobec procesów globalizacji*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis” nr 107, „Studia Linguistica” VI, Kraków 2011.
231. Walczak, B., *Przegląd kryteriów poprawności językowej*, „Poradnik Językowy”, 1995, s. 9-10.

232. Warchala, J., *Kategoria potoczności w języku*, Katowice 2003.
233. Wardhaugh, R., *An introduction to sociolinguistics (5th edition)*, Malden 2006, s. 88.
234. Warecki, M., Warecki, W., *Woda z mózgu. Manipulacja w mediach*, Warszawa 2011.
235. Wierzbicka, A., *Język – umysł – kultura*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.
236. Wierzbicka, A., *Słowa klucze. Różne języki - różne kultury*, Warszawa 2007.
237. Wilkoń, A., *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny*, Katowice 2000.
238. Winner, L., *Autonomous Technology: Techniques-out-of-Control as a Theme in Political Thought*, Cambridge 1977.
239. Witalisz, A., *Przewodnik po anglicyzmach w języku polskim*, Kraków 2016.
240. Witaszek-Samborska, M., *Wyrazy obcego pochodzenia we współczesnej polszczyźnie. Na podstawie słowników frekwencyjnych*. Poznań 1992, s. 20.
241. Witaszek-Samborska, M., *Zapóżyczenia z różnych języków we współczesnej polszczyźnie. Na podstawie słowników frekwencyjnych*, t. 20, Poznań 1993.
242. Wollman, H., *Zapóżyczenia niemieckie w języku polskim: Polsko-niemieckie interakcje językowe*, Katowice 2010.
243. Wolska, B., Pąckiński, M., *Tabu i wstyd w literaturze i kulturze*, „Napis” 2012, nr 18, s. 3-7.
244. Wrycza, J., *Galaktyka języka Internetu*, Gdynia 2008.
245. *Wspólnota komunikacyjna w teorii i praktyce, seria Via communicandi III*, red. B. Sierocka, Wrocław 2008.
246. *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin 2012.
247. Zakrzewska-Bielawska, A. *Relacje między strategią a strukturą organizacyjną w przedsiębiorstwach sektora wysokich technologii*, [w:] *Zeszyty naukowe Politechniki Łódzkiej*, nr 1095, Łódź 2011.

248. Zarzycka, E., *Teoria strukturacji Anthony'ego Giddensa i jej wykorzystanie w badaniach z zakresu rachunkowości zarządczej*, [w:] *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, t. 73(129), Warszawa 2013, s. 147-161.
249. Zatwarnicka-Madura, B., *Perswazja w sprzedaży*, Warszawa 2010.
250. Zboralski, M., *Nazwy firm i produktów*, Warszawa 2000, s. 258.
251. Zgółka, T., *Język wśród wartości*, Poznań 1986.
252. Zgółkowie, H.,T., *Biznesmen, uczonec i robotnik. Aksjologiczne podstawy stereotypu językowego rekonesansu*, [w:] *Język a Kultura*, t. 12: *Stereotyp, jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne*, red. J. Anusiewicz, J. Bartmiński, Wrocław 1998, s. 245-251.
253. Zimny, R., *Wartościowanie i magia w języku reklamy*, [w:] *Kreowanie świata w tekstach*, red. A.M. Lewicki, R. Tokarski, Lublin 1995, s. 239-254.
254. Ziolo, Z., *Procesy kształtowania się światowych korporacji i ich wpływ na otoczenie*, [w:] *Wpływ procesów globalizacji i integracji europejskiej na transformacje struktur przemysłowych*, red. Z. Ziolo, T. Rachwał, „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego” 2009, nr 12.
255. Ziolo, Z., *Zróźnicowanie światowej przestrzeni przemysłowej w świetle koncentracji siedzib zarządów wiodących korporacji*, „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego” 2006, nr 8, s. 9-26.
256. Żydek-Bednarczuk, U., *Rejestry języka specjalistycznego. Uwagi dla tłumacza*, [w:] *Języki specjalistyczne – język biznesu. Materiały konferencyjne*, red. J. Arabski, Katowice 1997, s. 28-29.
257. Żurowska, D., *Zmiany leksykalne w języku polskim pod wpływem języka ukraińskiego*. Wrocław 2003.

Źródła internetowe

258. *Anglicyzmy – zapożyczenia w języku polskim – przykłady*, <https://www.speak-up.pl/aktualnosci/anglicyzmy> [dostęp 25.08.2021].

259. *Badanie Społeczności IT 2022*, <https://bulldogjob.pl/it-report/2022> [dostęp: 01.06.2023].
260. Bralczyk, J., *Niezaakceptowana innowacja językowa staje się błędem*, <http://naukawpolsce.pap.pl/aktualnosci/news%2C403029%2Cbralczyk-niezaakceptowana-innowacja-jezykowa-staje-sie-bledem.html> [dostęp 02.09.2018].
261. Cierniak-Szóstak, E., *Efektywne struktury komunikowania się*, <http://www.exbis.pl/vademecum/vademecum.php?dzial=26> [dostęp 17.01.2016].
262. *Co to jest afiliacja?* <https://geekwork.pl/afiliacja/> [dostęp 14.07.2019].
263. *Co zamiast „witam” i „pozdrawiam”, czyli jak pisać maile poprawnie i ciekawie?*, <https://porady.pracuj.pl/zycie-zawodowe/co-zamiast-witam-i-pozdrawiam-czyli-jak-pisac-e-maile-poprawnie-i-ciekawie/> [dostęp 06.02.2021].
264. *Czy mamy już światowy kryzys energetyczny? I czym nam to grozi?*, <https://polskiemarki.info/aktualnosci/czy-mamy-kryzys-energetyczny/> [dostęp: 04.06.2022].
265. Czyż, J., *Co to jest startup?* <https://smartbees.pl/blog/co-jest-startup> [dostęp 01.01.2021].
266. *Descriptive Statistics*, https://www.investopedia.com/terms/d/descriptive_statistics.asp#axzz2DxCoTnMM [dostęp 30.09.2018].
267. *Determinizm technologiczny w ujęciu Marshalla McLuhana*, <https://cowieszomediach.wordpress.com/2015/03/04/determinizm-technologiczny-w-ujeciu-marshalla-mcluhana/> [dostęp 10.09.2018].
268. *Developer Survey Results 2018*, <https://insights.stackoverflow.com/survey/2018/> [dostęp 16.09.2018].
269. Eadicicco, L., *Silicon Valley's obsession with youth, summed up in one chart*, <https://www.businessinsider.com/silicon-valley-age-programmer-2015-4?IR=T> [dostęp 16.09.2018].
270. *EF English Proficiency Index. The world's largest ranking of countries and regions by English skills*, <https://www.ef.pl/epi/> [dostęp 21.06.2023]

271. Hayes, A., *Descriptive Statistics*, https://www.investopedia.com/terms/d/descriptive_statistics.asp#axzz2DxCoTnMM [dostęp 11.03.2019].
272. Innis, H. I., *The bias of communications and monopolies of power*, <https://www.media-studies.ca/articles/innis.htm> [dostęp 10.09.2018].
273. *Kobiety w IT 2020 - nowy raport pokazuje, jak wygląda branża IT oczami kobiet*, <https://www.komputerswiat.pl/aktualnosci/biznes/kobiety-w-it-2020-nowy-raport-pokazuje-jak-wyglada-branza-it-oczami-kobiet/wpy63jv> [dostęp 01.11.2021].
274. *Korporacje technologiczne zwolniły 51 tys. osób; m.in. Amazon, Meta, Microsoft*, <https://www.portalspozywczy.pl/technologie/wiadomosci/korporacje-technologiczne-zwolnily-51-tys-osob-m-in-amazon-meta-microsoft,218738.html> [dostęp 27.07.2022].
275. Kurzeja, H., *Czym różni się agencja interaktywna od reklamowej*, <https://sasdesign.pl/czym-rozni-sie-agencja-interaktywna-od-reklamowej/> [dostęp 27.10.2019].
276. Kwiatkowski, Ł., Czech A., *Hierarchia*, <https://mfiles.pl/pl/index.php/Hierarchia> [dostęp 10.01.2021].
277. Leavitt, H. J., Whisler, T. L., *Management in the 1980's*, <https://hbr.org/1958/11/management-in-the-1980s> [dostęp 11.09.2020].
278. Mastin, L., *The history of English*, https://www.thehistoryofenglish.com/history_middle.html [dostęp 31.10.2020].
279. Matthews, S., Polinsky, M., *Śmierć i odradzanie się języków „Zakorzenie”* 1999, nr 4 (6), <http://zakorzenie.most.org.pl/za6/index.htm> [dostęp 02.06.2018].
280. Miodek, J., *„Podciągajcie się!” – prof. Jan Miodek o wulgaryzmach*, rozm. przepr. L. Sterniuk-Gronek, <https://wu.po.opole.pl/podciagajcie-sie-prof-jan-miodek-o-wulgaryzmach/> [dostęp 25.06.2021].
281. Miodek, J., *Skype'ować czy skajpować?* <https://wyborcza.pl/7,76842,13831402,skype-owac-czy-skajpowac.html> [dostęp 25.06.2021].
282. *Moda językowa – definicja, przykłady, opis zjawiska*, <https://www.prezentacje->

- maturalne.pl/jezyk/moda-jezykowa-definicja-przyklady-opis-zjawiska/ [dostęp 02.08.2023].
283. Nowak, P., Zimny, R., *Sprawozdanie o stanie ochrony języka polskiego za lata 2008 – 2009 – Język narodowy w środowisku biznesowym*, <http://ww2.senat.pl/k7/dok/dr/1100/1149.pdf> [dostęp 3.09.2013].
284. Postman, N., *Neil Postman on Cyberspace*, <https://www.youtube.com/watch?v=49rcVQ1vFAY> [dostęp 10.02.2023].
285. *Przekaz reklamowy – co to jest? Elementy i cechy skutecznego przekazu reklamowego*, <https://push-ad.com/blog/przekaz-reklamowy-co-to-jest-elementy-i-cechy-skutecznego-przekazu-reklamowego/#:~:text=Podstawowe%20elementy%20przekazu%20reklamowego%20o,podsumowane%20perswazyjnym%20i%20emocjonalnym%20has%C5%82em>. [dostęp: 01.07.2023].
286. Rataj, A., *Komunikacja w organizacji*, <http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,6663> [dostęp 8.12.2016].
287. Rudnicka, K., *Język zwierciadłem zmian społecznych*, <https://ug.edu.pl/news/pl/3519/dr-karolina-rudnicka-jezyk-zwierciadlem-zmian-spoecznych-cykl-mlodzi-naukowcy-ug> [dostęp 01.07.2022].
288. Szymanik, K., *Skrótowce i wszystko, co powinniście o nich wiedzieć*, <https://polszczyzna.pl/skrotowce-odmiana-i-zapis/> [dostęp 25.06.2021].
289. *Top AI Statistics And Trends In 2023*, <https://www.forbes.com/advisor/in/business/ai-statistics/> [dostęp 01.08.2023].
290. *Twitter (X) Revenue, User Growth Statistics 2023*, <https://prioridata.com/data/twitter-statistics/> [dostęp 01.08.2023].
291. *Uyghurs for sale. 'Re-education', forced labour and surveillance beyond Xinjiang*, https://www.telepolis.pl/images/2020/03/Uyghurs_for_sale_UPDATE-03MAR.pdf [dostęp 04.05.2022].
292. *Volkswagen wstrzymuje pracę w dwóch polskich zakładach*, <https://businessinsider.com.pl/motoryzacja/volkswagen-wstrzymuje-prace-w-dwoch-polskich-zakladach/zpxphbt> [dostęp 25.09.2022].

293. Zakirowa, S., *Technologicznyj determinizm, zasobiw, masowoji, komunikaciji u czasi i prostori (za teoretycznoju koncepcijeju Harolda Innisa)*, [Закірова С., *Технологічний детермінізм засобів масової комунікації у часі і просторі (за теоретичною концепцією Харольда Інніса)*], http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3507 [dostęp 01.01.2021].
294. Zakrzewska, M., *Tabu a ekolingwistyka w tłumaczeniu*, http://www.academia.edu/7342705/Tabu_a_ekolingwistyka_w_t%C5%82umaczeniu [dostęp 11.03.20019].
295. *Zapózyczenia i spolszczenia. Skąd się biorą i czy są potrzebne?* <https://www.tlumaczenia-miw.pl/wordpress/2016/12/30/zapozyczenia-i-spolszczenia/> [dostęp 25.08.2021].
296. *Zwolnienia grupowe w Facebooku. Tysiące pracowników na celowniku*, <https://wyborcza.biz/biznes/7,177150,29113505,zwolnienia-grupowe-w-facebooku-tysiace-pracownikow-na-celowniku.html> [dostęp 26.05.2023].