

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ СХІДНОЇ І СЛОВ'ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ  
КАФЕДРА СХІДНОЇ І СЛОВ'ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ**

**Кваліфікаційна робота магістра  
з лінгвістики на тему:**

**МОЛОДІЖНІ СОЦІОЛЕКТИ В ПОЛЬСЬКІЙ І УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ:  
ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ**

студента II курсу  
групи Мпол58-22  
спеціальності 035 Філологія  
спеціалізації 035.033 Слов'янські мови і  
літератури (переклад включно), перша -  
польська  
другого магістерського рівня  
освітньої програми „Сучасні філологічні  
студії (польська мова і друга іноземна  
мова): лінгвістика і перекладознавство”  
**Водоп'яна Гліба Вікторовича**

*Допущено до захисту*  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_

**Науковий керівник:**  
Міненкова Наталія Євгенівна  
кандидат історичних наук, доцент,  
доц. кафедри східної і слов'янської  
філології

*Завідувач кафедри*

Національна шкала \_\_\_\_\_  
Кількість балів \_\_\_\_\_  
Оцінка ЄКТС \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(ім'я та прізвище)

**КИЇВ – 2023**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>4</b>
<b>РОЗДІЛ I. СОЦІОЛЕКТИ ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....</b>	<b>8</b>
1.1. Вивчення соціолектів зарубіжними і вітчизняними дослідниками.....	8
1.2. Визначення термінології для подальшого дослідження.....	13
1.3. Способи аналізу молодіжних соціолектів.....	14
1.4. Аналіз джерельної бази.....	16
<b>РОЗДІЛ II. МОЛОДІЖНІ СОЦІОЛЕКТИ В ПОЛЬСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ ТА КУЛЬТУРІ.....</b>	<b>19</b>
2.1. Основні тенденції розвитку молодіжного сленгу в українській і польській мові.....	19
2.2. Аналіз сучасного молодіжного соціолекту в польській та українській мові.....	30
2.3. Вплив молодіжних соціолектів на світогляд польської та української молоді.....	40
<b>РОЗДІЛ III. ОСНОВНІ СПОСОБИ СЛОВОТВОРЕННЯ СУЧАСНОГО ПОЛЬСЬКОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ.....</b>	<b>52</b>
3.1. Скорочення та аббревіації як найпродуктивніший спосіб словотворення польських молодіжних соціолектів.....	52
3.2. Морфологічно-синтаксичні способи формування сленгу в польській та українській мовах.....	64

<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>69</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....</b>	<b>73</b>
<b>РЕЗЮМЕ.....</b>	<b>76</b>

## ВСТУП

**Актуальність дослідження** визначається тим, що молодіжний соціолект вважається одним з основних елементів при вивченні сучасної мови, адже люди, що бажають переїхати в іншу країну чи вільно спілкуватися з носіями мови, мають звертати особливу увагу на місцевий сленг. До того ж, мова молоді має надзвичайно гнучку природу та схильна до постійних змін, це стає причиною того, що науковий аналіз цього явища залишається актуальним, адже загальні тенденції розвитку та лексичний склад змінюються на порядок швидше, ніж це зазвичай відбувається у межах загальної мови, а тим паче затвердженого літературного стандарту.

**Основною метою** роботи власне і є дослідити дані тенденції у контексті порівняння молодіжних соціолектів двох мов: української та польської. Зокрема вплив молодіжного сленгу на світогляд сучасного суспільства, а також дослідження основних способів словотворення сленгу в польській та українській мовах.

Задля кінцевого досягнення цієї мети належить виконати ряд поставлених **завдань**:

- 1) визначитися з порядком застосування основних термінів, пов'язаних із соціолектом (сленг, жаргон, аргі тощо).
- 2) проаналізувати джерела та основні тенденції сучасного розвитку, а також поточний стан молодіжних соціолектів польської та української мов.
- 3) дослідити вплив молодіжного соціолекту на світогляд польського та українського суспільства, знайти спільні та відмінні риси.
- 4) визначити основні способи словотворення сучасного польського та українського сленгу.

**Об'єктом** дослідження виступають молодіжні соціолекти у польській і українській мовах.

**Предметом** дослідження є лінгвокультурологічний аспект молодіжних соціолектів в українській та польській мовах, а саме властивості (розвиток та вплив), а також способи словотворення молодіжних сленгів в обох мовах.

**Методи дослідження.** Оскільки одним із завдань є співставлення молодіжного соціолекту та його впливу на польський та український світогляди, задля визначення спільностей та відмінностей протягом всієї роботи широко застосовуються методи порівняння та аналізу. Для пошуку сленгових виразів та їхнього застосування у контексті мов застосовувався метод спостереження. Метод опитування був застосований при анкетуванні носіїв польської мови на тему молодіжного соціолекту. Окрім того, задля інтерпретації проведеного опитування/анкетування вжито було метод синтезу інформації. При підбитті підсумків в свою чергу повсюдно використовувалися методи індукції й дедукції.

**Наукова новизна** одержаних результатів полягає в тому, що тема сленгу, також у контексті порівняння молодіжних соціолектів різних мов, є надзвичайно актуальною та рідко досліджуваною, особливо в українському мовознавстві, а отже проведене дослідження дозволяє наповнити український сегмент мовознавства новою інформацією та свіжими ідеями. Зокрема в результаті проведеної роботи вдалося:

- 1) дослідити різницю та схожість у сприйнятті певних елементів соціолекту українцями та поляками;
- 2) зібрати інформацію стосовно найуживаніших видів сленгізмів та способів їх словотворення;
- 3) шляхом проведення окремого опитування та аналізу інших джерел зібрати інформацію стосовно основних тенденцій розвитку молодіжного соціолекту двох мов.

**Практична цінність** полягає в тому, що отримана в результаті проведеної роботи інформація може вважатися внеском до соціолінгвістики та лінгвокультурології, оскільки дослідження надає багато актуальної інформації стосовно стану розвитку сленгу в українській та польській мовах, основних

способів словотворення нових соціолектних лексем та впливу явища на людський світогляд. Також розкривається питання стимулювання розвитку української мови шляхом збільшення підтримки та надання молодіжному соціолекту загальної уваги суспільства. З цією метою наведені чіткі дії, що вже довели ефективність у цьому питанні в польському суспільстві, та можуть бути застосовані в Україні.

Отже, дослідження має достатній потенціал, щоб принести користь в освітній сфері, зокрема при викладанні курсів соціолінгвістики, лінгвокультурології та лексикології.

**Апробація результатів.** Результати дослідження були оприлюднені на міжнародній науково-практичній відеоконференції «*AD ORBEM PER LINGUAS*», що відбулась 18-19 травня 2023 на платформі Microsoft Teams.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів (а також висновків до кожного із них), загального висновку, списку використаних джерел, а також резюме.

У вступі вказана основна інформація щодо дослідження: її актуальність, наукова новизна, мета, завдання, методи дослідження, практична цінність, апробація та структура.

Основна частина складається з трьох розділів та в загальному ліку дев'яти підрозділів.

У першому розділі розглядається теоретична інформація про сленг як об'єкт досліджень в області соціолінгвістики, зокрема вивчення соціолектів зарубіжними та вітчизняними дослідниками, способи аналізу молодіжних сленгів, основна джерельна база, а також визначається основна термінологія, яка далі використовується впродовж всього дослідження.

Другий розділ розкриває основні тенденції розвитку і вплив молодіжного соціолекту на світогляд носіїв української й польської мов у порівнянні, також проводиться аналіз сучасного стану сленгу в українській та польській мовах.

У третьому розділі досліджуються основні способи словотворення нових сленгових лексем, а також поширеність різних груп сленгізмів, утворених за допомогою певних способів словотвору в порівняльному контексті.

У висновках наведені загальні результати дослідження та підкреслені його найважливіші моменти.

## РОЗДІЛ I. СОЦІОЛЕКТИ ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

### 1.1. Вивчення соціолектів зарубіжними і вітчизняними дослідниками

Зацікавленість соціолектами як явищем на сучасному етапі стрімко зростає, зокрема це пов'язано з посиленням глобалізаційних процесів, які несуть з собою більше можливостей для швидкої комунікації не лише в межах одного регіону, але й цілого світу. Із зацікавленістю науковців у соціолектах в якості об'єкту лінгвістичних досліджень збільшується й різноманітність думок щодо теми. Навіть термінологічний апарат, який застосовується дослідниками, може різнитися у прямій залежності від суб'єктивних поглядів або того, якій саме лінгвістичній школі надає перевагу мовознавець.

Цілком логічно, отже, було б почати з розбору основного понятійного апарату.

Існує безліч потрактувань та диференціацій основних термінів, пов'язаних із соціолектами: *сленг*, *арго* та *жаргон*. На думку американського лінгвіста Річарда Спірса „*сленг*” початково позначав мову декласованих елементів, проте з часом термін розширився й став охоплювати різні нестандартні для літературної мови лексеми (Spears R. A. 1981, с 7).

Загалом Спірс класифікує *сленг* як варіант мови, який виступає в опозиції до літературного стандарту, або ж який не відповідає літературним нормам (Spears R. A. 1981, с 85).

З етимологічного онлайн-словника англійської мови стає відома й історія походження слова *сленг*. Словник відсилає до статті Анатолія Лібермана, де він простежує корінь слова у північних англійських діалектах, куди воно прийшло зі скандинавських мов. Початково термін позначав певну визначену ділянку землі, згодом територію, якою ходили волоцюги, місце їх збору та зрештою почав стосуватися жаргону, яким вони говорили (Online Etymology Dictionary).

Західні мовознавці розкривають проблему співвідношення поняття *сленгу* та соціолектів рідше, ніж вітчизняні. Загалом вітчизняний погляд на проблему



характеризується соціолектоцентричністю, у той же час іноземні дослідження цього явища тяжіють до лінгвемоцентричності (Борис Д. П. 2015, с. 74).

Розбіжність у поглядах вітчизняних лінгвістів виникає на ґрунті розмежування термінів *сленг*, *арго* та *жаргон*, які досі не мають усталених меж та часто перегукуються одне з одним. Розгляньмо декілька теорій стосовно того, яким саме чином ці терміни різняться між собою.

Спочатку варто зазначити, що одна з найвідоміших дослідниць соціолектів в українській мові Л. О. Ставицька розмежовує поняття за принципом первинності. *Сленг* є узагальнювальним поняттям, яке включає в себе *арго*, неологізми, вульгаризми, запозичення, *жаргонізми* тощо.

*Жаргон* мовознавиця визначає як емоційно забарвлену, швидкозмінну лексику, яка характеризується напіввідкритістю та може виконувати конспіративну роль.

*Арго* в свою чергу класифікується як лексика, що має практичну спрямованість та відноситься до певної соціальної або професійної групи осіб. Для *арго* характерна замкненість, своєрідне шифрування для „своїх” (Борис Д. П. 2015, с. 74-75).

Існує також думка про те, що дані терміни варто розрізнити за шкалою їх відкритості, яку обстоює С. А. Мартос. Тоді, на відміну від погляду Ставицької, *сленг*, *жаргон* та *арго* вважаються рівними за ієрархією (відсутній принцип первинності), однак різними видами соціолектів. За такої схеми *сленг* та *арго* розташовуються на двох протилежних кінцях однієї градації, тобто в опозиції одне до одного, а *жаргон* є своєрідним компромісом між двома вище згаданими видами соціолектів: *сленг* лічиться відкритим, *жаргон* – напіввідкритим, а *арго* – закритим (Борис Д. П. 2015, с. 74-75; Мартос 2006, с. 5).

Дещо схожу думку виказує П. М. Грабовий, підкреслюючи використання *сленгу* на позначення „найвідкритіших підсистем некодифікованої мови”. Підкреслюється широкість його вживання у сучасному суспільстві, особливо в усному мовленні (Борис Д. П. 2015, с. 74-75; Грабовий 2010, с. 6).

Згідно з Мосенкісом, основна різниця між *сленгом* та *жаргоном* полягає у тому, що останній вживається в набагато вужчому соціальному середовищі (Борис Д. П. 2015, с. 74-75; Мосенкіс 2008, с. 20). Тобто знову йдеться про певну більшу закритість *жаргону* в порівнянні до *сленгу*.

Утім, існують і дослідники, погляд яких відрізняється дещо більше від думок їхніх колег. Д. І. Ганич вживає *жаргон* та *сленг* в якості синонімічних понять, які майже ототожнені. На додаток, у якості чергового синоніму ним також вживається термін „*соціальний діалект*”. Термін *арго* ж в свою чергу пояснюється лінгвістом як форма мовлення окремої, обмеженої групи людей, яка створена для певного відособлення членів цієї групи від решти. Якщо порівняти його погляди з поглядами інших дослідників, чітко визначені межі лишаються лише для поняття *арго* (Борис Д. П. 2015, с. 74-75; Ганич 1985, с. 78).

Дуже подібну думку виказує І. І. Щур, який теж проводить знак рівності між *сленгом* та *жаргоном*, а також визначає *арго* як бунтівну мову, яка створена з метою відокремитися від інших (Борис Д. П. 2015, с. 74-75; Щур 2006, с. 7).

Деякі дослідники взагалі повністю відмовляються від поняття *сленгу* як елементу зарубіжного мовознавства як чогось, що має вживатися лише в контексті вивчення іноземних мов. Наприклад, згідно з працею „Сучасна українська літературна мова: лексика і фразеологія” рекомендується вживати терміни *жаргон* та *просторіччя* як такі, що відповідають саме українським мовним реаліям (Борис Д. П. 2015, с. 74-75; Сучасна українська літературна мова: лексика і фразеологія 1973, с. 197).

Брак погодженого й єдиного погляду на співвідношення ключових понять *сленгу*, *жаргону* та *арго* змусило мовознавців використовувати універсальний термін „*соціолект*”, або ж „*соціальний діалект*” (Борис Д. П. 2015, с. 77).

Погляд зарубіжних лінгвістів у цьому плані дещо різниться. Після окремого аналізу та зіставлення можна стверджувати, що в англійському/американському середовищі таким універсальним поняттям почасти власне й виступає *сленг*. До прикладу, Collins Dictionary подає терміни *жаргон* (англ. *jargon*) та *арго* (англ.

*argot*) як синонімічні до *сленгу* (англ. *slang*) слова (Collins Dictionary). Вище згаданий етимологічний словник англійської мови також подає інформацію, яка свідчить про певне ототожнення сленгу з жаргоном: «Сленг (1756) – „особливе словництво волоцюг та крадіїв” або будь-якої групи негідних людей, пізніше „жаргон певної професії” (1801). Вид „дуже неформальної мови, що характеризується живістю та новістю” станом на 1818 рік» (Online Etymology Dictionary). Згадка про трактування *сленгу* як *жаргону* певної професії у 1801 році свідчить про те, що *сленг* вже тоді почав переймати на себе роль узагальнювального слова. Це також підтверджується інформацією, наданою словником про те, що негативні асоціації слова *сленг* із крадіями та волоцюгами зникають у 19 столітті (Online Etymology Dictionary).

Тут в якості прикладу можна навести також і власне спостереження за тим, як слово *сленг* поступово закріплюється серед української молоді в якості універсального позначення просторіч та жаргонізмів в щоденній мові. Це пояснюється тим, що, оскільки термін *сленг* прийшов до нас з англійської мови, він також часто адаптується українцями разом з іноземною семантикою та контекстом вживання.

Розгляньмо ж, як це питання розкривається у польській лінгвістиці. На порталі Słownik Języka Polskiego PWN бачимо короткий опис польських реалій розмежування термінів, що пов'язані з соціолектами. Під питанням одного з користувачів словника наведена відповідь представника Сілезького університету в Катовицях Яна Гжені: «...Здавна, також в наукових публікаціях, використовується термін *гвара* (*говір*) у розширеному значенні, звідти й терміни *студентська*, *міська гвара* та багато подібних. У зв'язку з тим мова сільського населення може називатися *народною* або *територіальною гварою*. Термін *жаргон* має негативну відтінь, відтак мовознавці не використовують його охоче. Маємо також, між іншим, терміни *спеціальна мова* та *сленг*, яким однак не вдалося витіснити *середовищну гвару*. Звідси висновок, що двозначність терміну не перешкоджає тим, хто пише про мовні варіації» (Jan Grzenia 2005). Тим самим підкреслюється

усвідомлення присутності поняття *сленг* в якості об'єднувального терміну, який все ж не використовується настільки часто, як його польський відповідник – *твара*. На підтвердження цього можна бодай навести приклад польської мовознавиці Данути Бартоль, яка в своїх працях послідовно й невідступно вживає саме термін *твара* в якості універсального слова на позначення соціолектів (Bartol D., 1972). Дізнаємося також про те, що поняття *жаргон* набуло дещо негативного семантичного забарвлення та не має великої популярності серед польських лінгвістів, на відміну від українського мовознавства, де певні дослідники вважають доцільним відмовитися від *сленгу* саме на користь *жаргону*, а інші виступають за надання *сленгу* та *жаргону* різних відтінків значень, проте не виявляють жодних претензій до останнього терміну.

Серед вживаних у польському мовознавстві понять присутній також *соціолект*, що в багатьох аспектах завдячує своїм місцем в контексті польської мови дослідженням мовознавця Александра Вілконі. Він одним із перших почав широко вживати *соціолект* як альтернативу *тварі*.

Дослідник зокрема виділяє власну ієрархію понять, де *соціолект* слугує універсальною та загальною назвою різних *твар* (говорів): студентських, міських; а також окремих *жаргонізмів* моряків, рибалок, гірників тощо (Aleksander Wilkoń, 2000, с. 31). На його думку всі ці мовні варіанти є відмінами поточної, розмовної мови на соціолектальному рівні. Саме цим він доводить свою думку про необхідність групування всіх соціальних говорів довкола загального поняття *соціолект*.

А ось Анна Вілечек регулярно вживає термін *сленг* як в назвах своїх робіт, присвячених соціолектам, так і в самих роботах в якості основного поняття на їх позначення. Хоча дослідниця також вільно чергує *сленг* із *соціолектом* та часом *тварою*, а також вживає термін *młodotowa* („молодомова”) (Anna Wileczek, 2021).

## 1.2. Визначення термінології для подальшого дослідження

Усе це вказує на те, що розмежованість у поглядах стосовно співвідношення основних понять серед польських мовознавців набагато менша. Учені зазвичай звертають більшу увагу на стилістичний аспект застосування того чи іншого терміну та можуть чергувати *сленг*, *твару*, *соціолект*, а часом і *жаргон* у якості синонімів, хоча останній все ж несе дещо пейоративний характер та частіше уникається польськими лінгвістами.

Натомість українські вчені часто не поділяють подібного погляду щодо слова *жаргон*, навпаки, нерідко звучить думка про необхідність відмовитися від вживання терміну *сленг*. В інших же випадках найчастіше пропонується відшукати для кожного з цих понять (включно зі *сленгом*) власну, дещо відмінну нішу, у якій термін міг би використовуватися без плутанини з іншими. Хоча через різність поглядів стосовно ролей цих понять власне й виникає найбільша заплутаність. Аналогами цих відмінних підвидів соціолектів у польській мові слугує ряд *твар* (молодіжна, студентська, міська, професійна тощо).

Оскільки дослідження провадиться українською мовою, вважаємо за доцільне утриматися від використання терміну *твара* через можливе виникнення хибних асоціацій та конфузів, пов'язаних із його потрактуванням, адже в українській мові слово *твара* (регіоналізм, як от *львівська твара*) або *говірка* як правило вживаються на позначення регіональних відмін мови. Окрім того, в українському мовознавстві не бракує й інших слів для опису соціолектів.

Саме термін *соціолект* вважаємо основним та об'єднавчим, адже він не має зайвих конотацій, а також присутній у різних мовознавчих традиціях та всюди вживається в подібному контексті. Також звертаємо увагу на те, що поняття найбільш точно з усіх інших описує явище виникнення та вживання унікальних відмін мовлення в межах груп людей, сформованих за соціальним принципом, адже назва говорить сама про себе: *соціальний діалект*.

Ґрунтуючись на досвіді польських та інших західних дослідників, а також відштовхуючись від української розмовної тенденції до узагальнення та використання терміну *сленг* в якості універсального слова для опису всіх нестандартних для літературної мови виразів, вважаємо можливим потрактування даного поняття у двох значеннях: ширшому та вузчому. Таким чином, у ширшому значенні *сленг* може вживатися в якості синонімічного до *соціолекту* слова (у таких контекстах, як *професійний сленг*, *сленг водіїв* тощо). У вузчому ж значенні *сленг* можемо сприймати як *молодіжний соціолект*.

Отже, оскільки об'єктом цього дослідження є молодіжний соціолект, допускаємо чергування основних термінів *сленг* та власне *соціолект* на синонімічному рівні.

### 1.3. Способи аналізу молодіжних соціолектів

Молодіжний соціолект почав активніше ставати об'єктом досліджень лише доволі нещодавно. З урахуванням того факту, що наразі існує не так багато досліджень сленгу, якщо порівнювати його з іншими явищами лінгвістики, а також того, що велика кількість мовознавців досі не можуть дійти згоди стосовно розмежування базових понять у цій сфері, звернімося до загальних соціолінгвістичних способів аналізу, аби підібрати найвідповідніші для нашого дослідження.

А. Д. Швейцер та Л. Б. Нікольський у своїх працях поділяють основні методи мовних явищ соціолінгвістики на два види:

- 1) Методи польового дослідження (або збору даних);
- 2) Методи соціолінгвістичного аналізу.

До першої групи залучають різноманітні експерименти, спостереження та опитування інформантів, тобто власний (емпіричний) досвід вивчення явища. Зазвичай це методи, що були запозичені із інших наукових сфер, як от соціологія та психологія. Спостереження буває включене та невключене, що залежить від того,

яку позицію в ньому займає сам спостерігач. В одному випадку дослідник сам веде опитування, наприклад, у формі інтерв'ю, у іншому ж займає позицію мовчазного глядача, що нотує для себе мовну поведінку опитуваного, не ведучи прямого анкетування.

Друга група об'єднує способи потрактування зібраної інформації, тобто методи соціолінгвістичної інтерпретації (Швейцер А. Д., 1978, с. 178).

Автори звертають велику увагу на проблему отримання вихідних даних та „парадоксу спостерігача”, коли реакція носіїв мови на певні лінгвістичні явища може бути зупевне різною в умовах систематичного спостереження та коли ніякого моніторингу не ведеться, адже сам факт спостереження вже створює ситуацію, яка впливає на мовця й стимулює його орієнтуватися на формальний, літературний варіант мови (Швейцер А. Д., 1978, с.179).

З цього можна зробити попередній висновок, що форма проведення опитування чи спостереження (онлайн чи в реальному житті), а також місце (на вулиці, у навчальному закладі тощо) так само вносить певні зміни та коригує поведінку й тенденцію сприйняття опитуваного.

Швейцер також стверджує, що будь-яка анкета приречена на неточність, оскільки відповіді людини можуть «не стільки відображати її фактичну мовну поведінку, як її ціннісну орієнтацію та уявлення про престижні мовні форми» (Швейцер А. Д., 1978, с. 180). Саме тому опитування не може замінити власних спостережень за природньою мовною поведінкою, не обмеженою умовами експерименту та присутністю спостерігача.

Одним зі способів обробки отриманих в результаті опитування/анкетування даних є корелятивний підхід, де зміна одних показників прямо впливає на інші, адже рахуються статистичні дані відповідей та взаємозв'язки між ознаками дослідження (Швейцер А. Д., 1978, с. 189). Окрім того, метод аналізу письмових джерел дозволяє порівняти результати інших досліджень та досвід інших лінгвістів, виокремити для себе певні ідеї, що згодом допомагають у провадженні власного осмислення інформації.

Оскільки це дослідження покликане проаналізувати явище молодіжного соціолекту в польській та українській мовах, воно залучатиме проведення паралелей, а отже крім власне соціолінгвістичних методів варто також розглянути спосіб дослідження мов через порівняння.

Звернімо увагу на метод зіставного порівняння. М. П. Кочерган пише, що «будь-який лінгвістичний метод, пов'язаний з виходом за межі однієї мови, передбачає встановлення їх подібностей і відмінностей», для чого власне й використовується даний метод (Кочерган М. П., 2010, с. 367) Його можна застосовувати при співставленні як споріднених, так і неспоріднених між собою мов. Основною функцією цього методу є виявлення відмінностей між мовами. Кочерган також називає зіставлення контрастивним або типологічним методом. Він передбачає системне порівняння необхідних, досліджуваних ознак у двох мовах з метою визначення закономірностей функціонування та інших особливостей їхніх одиниць. Також вчений відзначає, що найчастіше цей спосіб аналізу використовується при порівнянні сучасного стану мов. (Кочерган М. П., 2010, с. 368-369)

Отже, при розгляді молодіжного соціолекту доцільно використати соціолінгвістичні методи: метод польового дослідження (спостереження та опитування) та метод соціолінгвістичного аналізу (зокрема корелятивний), які варто використовувати змішаним чином, аби збільшити точність отриманих результатів. Також до контексту порівняння молодіжного соціолекту в українській та польській мові ідеально пасує контрастивний (зіставний) метод аналізу.

#### **1.4. Аналіз джерельної бази**

Молодіжний соціолект є дуже змінним явищем, що пришвидшує процес втрати актуальності одними мовними трендами й набуття її іншими. Оскільки при розгляді сучасного стану соціолектів деякі дослідження можуть бути застарілими, існує сенс у залученні власних методів спостереження й збирання інформації.



Зокрема для цього дослідження була створена анкета, спрямована на вивчення основних тенденцій щодо вживання окремих видів сленгізмів та сприйняття явища молоддю. Анкетування проходило в онлайн форматі, а платформою для нього слугував сервіс Google Forms. Сама анкета представляє собою набір із 10 основних питань змішаного типу. Результати відповідей респондентів були автоматично підсумовані способом кореляції, що надало можливість співставити основні тенденції й зробити на цьому ґрунті необхідні висновки. До списку джерел інформації, що базуються на власному спостереженні та експериментуванні, можна долучити також досвід власного спілкування з носіями польської мови з різних регіонів, які активно вживають сленг у щоденному житті, а також персональні опитування, проведені під час цієї комунікації.

Окрім власних опитувань корисним джерелом інформації при аналізі й співставленні українського та польського молодіжного соціолекту стали онлайн-словники, присвячені сленгу: це польський словник міського сленгу *Miejski słownik slangu i gwary potocznej* (Miejski) та словник українського сленгу (Myslovo). Можливість вільно редагувати й додавати нові лексеми та їх значення, а також залишати відгук про правдивість поданої інформації (у випадку польського словника *Miejski.pl*) дозволяє відстежувати швидкозмінний лексичний склад соціолектів з більшою ефективністю, ніж за посередництвом наукових досліджень, адже справою може займатися необмежена кількість людей.

Ще одним словником, що також містить інформацію стосовно певних соціолектних лексем, є словник польської мови PWN (Słownik PWN). На відміну від двох вище зазначених словників, він оперує за офіційної підтримки польської академічної спільноти, а саме за підтримки Варшавського університету, а тому слугує авторитетним джерелом при проведенні лінгвістичного аналізу.

Перевага ж наукових робіт в якості джерельної бази полягає в тому, що вони надають глибокий розбір окремих аспектів досліджуваного явища, котрий може пролити світло на його поточний стан та основні вектори розвитку, на відміну від словників, де розбір молодіжного соціолекту найчастіше обмежений наведеним

списком актуальних слів та виразів. Серед авторитетних наукових робіт та джерел, присвячених соціолектам, можна назвати праці польської дослідниці Анни Вілечек та мовознавця Александра Вілконі.

Оскільки сленг є явищем розмовної мови, аналіз якого передбачає широкий розгляд соціолектної лексики, у пригоді стануть й інші джерела, як от блоги чи теж статті, що присвячені сленгу, або й такі, що не мають прямого відношення до лінгвістики, однак засвідчують практику використання певних сленгізмів, що потім можуть бути зібрані й проаналізовані в науковій праці. У такому випадку джерелом можуть також виступати канали на платформі YouTube, де зібрані відео різними мовами та в різних контекстах. Подібні онлайн-джерела представляють особливий інтерес для дослідження, адже є місцем, де молодь вільно виражає себе без необхідності переходити до формального, літературного стандарту мови.

Отже, для проведення даної наукової роботи необхідне комплексне застосування теоретичних джерел та напрацювань у сфері соціолінгвістики, тобто дослідницьких робіт чи інтернет-статтей, присвячених молодіжному соціолекту, а також власного спостереження, що передбачає врахування проведеного онлайн-анкетування, особистого досвіду спілкування та персональних опитувань, а також залучення довільних матеріалів, що несуть елементи соціолектного мовлення, як блоги чи відео.

## РОЗДІЛ II. МОЛОДІЖНІ СОЦІОЛЕКТИ В ПОЛЬСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ ТА КУЛЬТУРІ

### 2.1. Основні тенденції розвитку молодіжного сленгу в українській і польській мові

Молодіжний сленг займає особливе місце у щоденному спілкуванні поляків, особливо в сучасності, коли сленг розвивається надзвичайно швидко, і стає все важче відслідковувати даний процес. Одним із факторів прискорення є зокрема наявність соціальних мереж та інших засобів передачі інформації. Такий обмін інформацією, що займає якесь кілька мізерних секунд, дозволяє молоді з усього світу стрімко поширювати популярні мовні тренди навіть поза межі власних культур. Зараз важко уявити собі сленг без запозичень з іноземних мов, зокрема з англійської, проте це не означає, що сленг молоді у світі тяжіє до ідентичності, навпаки, кожна окрема культура зберігає власні особливості та риси, що визначають не лише оформлення запозичень чи створення власних сленгових виразів за допомогою внутрішніх, питомих мовних інструментів, але й потрактування соціолектів зі сторони інших соціальних чи вікових груп, що представляють ту саму культуру.

Серед способів поширення сленгу у суспільстві можемо спостерігати два основні шляхи, які є відмінними у швидкості протікання процесу: еволюційний та стресовий. Еволюційний розвиток сленгу передбачає появу та залучення нових лексем до вживання певними категоріями людей, а згодом поступову їх популяризацію в межах різних соціальних груп. Якщо окремі слова приживаються в словнику якогось покоління, існує широка вірогідність того, що вони також перекочують і до мови наступних поколінь, із часом втрачуть прив'язку до визначеної вікової категорії людей і навіть почнуть сприйматися носіями мови в якості звичайних слів та виразів. Стресовий шлях поширення сленгу

характеризується раптовим розповсюдженням мовних трендів серед усіх суспільних верств. Найчастіше це відбувається за умов, коли різні соціальні групи опиняються в шокових умовах, спричинених війною, катаклізмами будь-якими іншими, менш сумними факторами, як от прем'єра довгоочікуваного фільму, деталі якого обговорює мало не весь світ. Вони об'єднують соціум та приковують до себе увагу всіх без винятку. За таких обставин ціле суспільство входить в єдиний інфопростір, в якому нові вирази розлітаються напрочуд швидко, адже їх знання та вміле використання слугує своєрідним маркером обізнаності в темі та причетності до спільних справ.

Яскравим прикладом останнього може бути нова лексика, яка з'явилася у польській мові через коронавірус, що змусив значну частину суспільства переглянути власні звички та на довгий період позбавив людей звичного їм способу життя. У сучасній польській мові з'явилися такі нові слова, як: *koroniak* – власне коронавірус; *koronaświrus* (*korona* + *świr*, тобто божевільний) – людина, яка не зважає на правила безпеки під час пандемії та наражає інших, також *koronoidiota* чи *koronazjeb* (більш вульгарна варіація того ж слова); *koronaferie* – „коронаканікули”, або ж карантин, запроваджений через коронавірус; *zaraza* – зараза (саме на окреслення коронавірусу), незважаючи на ідентичність з українським словом, у польській мові *zaraza* має дещо архаїчну відтінь та асоціюється в молоді переважно з добою середньовіччя, коли його вживали у контексті епідемії чуми. Під час же нещодавньої пандемії це слово набуло нового сленгового значення, що окреслювало саме коронавірус. Популярності набули також слова *foliarze* (прихильники теорій змов, що стереотипово вдягають на голову шапки з фолії), також синонімічне до нього *szur*; *szczypawka/dziabnięcie/zakeczupowanie* – терміни на окреслення заштрику (щеплення) від коронавірусу, вживані переважно в гумористичному стилі людьми, налаштованими до цієї вакцини скептично, також *czipionka* (від слова *czip* – чип).

Слід зазначити, що ця подія не мала такого великого впливу на українську мову, із наявних на той час сленгізмів можна згадати хіба що слова *коронований* –

той, хто захворів коронавірусом; а також *зумитись* – спілкуватися, влаштовувати конференцію онлайн (через платформу Zoom).

Проте можна відмітити, що станом на зараз, а саме після початку повномасштабної війни, в Україні почав стрімко формуватися окремий пласт нових сленгізмів, які розповсюджуються широкими масами швидше, ніж зазвичай, що власне й можна пов'язати зі стресовим способом розвитку сленгу. Саме український сленг часто поширюється й іншими мовами, адже по всьому світу є багато людей, що уважно спостерігають за місцевими подіями та цікавляться всім, що з ними пов'язане, включно з новою лексикою.

Оскільки однією з основних рис сучасного етапу історії України є буремність подій, це активно відбивається на мові. Українці активно виборюють своє право бути незалежними як на політичному, так і на мовному рівні, а отже й тенденцію до деколонізації можна знайти в різних сферах життя. Особливо активну участь у цьому бере молодь, яка займається популяризацією всього українського. У лінгвістичній сфері це виражається у формі принципового переходу на українську для щоденного спілкування, відмови від нав'язаних окупантом мовних норм чи понять, а також поверненням української лексики, що була викреслена зі словників радянською владою. Подекуди можна спостерігати явище повернення репресованих слів до вжитку саме через мову молоді, яка дає питомому словництву другий шанс.

Подібним чином особи юного віку насичують загальну мову діалектизмами, ширячи їх далеко за межами місцевого ареалу. Молодь, яка, що є природньо, шукає способи урозмаїтнення свого словникового запасу заради кращого самовираження, має особливу цікавість до діалектів через нестандартне, бува неочевидне для літературної норми звучання й форму, що втім почасти не сильно перешкоджає в розумінні значення носіями інших діалектів. Серед слів, взятих з діалектів можна згадати наприклад: *коцур/мачка* – кіт/кішка; *коцик* – плед або ковдра; *мешти* – черевики, часто використовується молоддю до будь-якого взуття.

Часом вони слугують внутрішнім джерелом лексики, яку можна використати на заміну зовнішнім запозиченням.

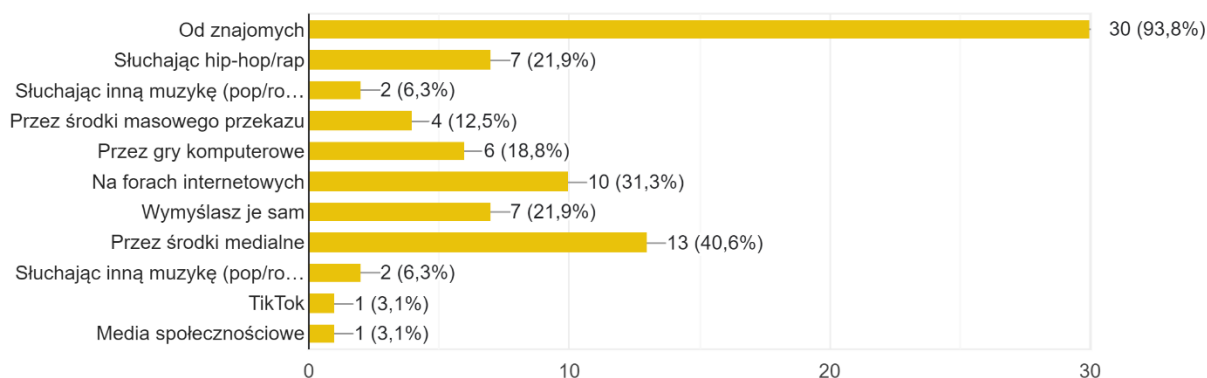
Яскравим прикладом поширення діалектної лексеми у новому значенні через сленг є слово *калідор* – коридор, що знайшло особливе місце у щоденній лексиці людей через війну та необхідність ховатися в укриття. Термін *калідор* у сучасному контексті не є повним синонімом до літературно унормованого варіанту *коридор*, адже використовується саме на позначення певного коридору, що розташований між іншими кімнатами та годиться в якості сховища на випадок ракетного обстрілу.

У опитуванні, що було проведене серед польської молоді, задля визначення найпродуктивніших способів розповсюдження сленгових слів та виразів у польській мові було поставлене наступне питання: „Звідки ви найчастіше дізнаєтесь про нові сленгові слова?” (з можливістю обрати одразу кілька варіантів відповіді).

У результаті 93.8 відсотки опитаних (майже кожен) відмітили знайомих та друзів у якості джерела нових лексем та виразів, що є цілком передбачуваним. Одразу після цього за популярністю йдуть медіа (40.6%) та інтернет-форуми (31.3%), потім хіп-хоп/реп пісні (21.9%) та комп'ютерні ігри (18.8%). Що цікаво, помітна разюча різниця між впливом хіп-хоп композицій та музики інших жанрів, як от поп чи рок. Останній варіант набрав усього лише 6.3%. Очевидним стає високий потенціал задавати мовні тренди та впливати на спосіб комунікації молоді, що мають музичні твори хіп-хоп.

1. Skąd najczęściej poznajesz nowe wyrazy slangowe? (Można wybrać kilka odpowiedzi jednocześnie)

32 відповіді



Загалом, окрім, що досить очікувано, найближчого грона знайомих, виділяються три основних джерела поширення сленгізмів у відповідному порядку, починаючи від найвпливовішого: інтернет (медіа, форуми, соціальні мережі, платформи для обміну інформації, як TikTok чи YouTube); музика (переважно у жанрі хіп-хоп) та комп'ютерні ігри (які також частково можна віднести до сфери інтернету, однак що виділяються з-поміж інших осередків специфічністю своєї лексики).

Як і у випадку польської молоді, на формування сленгу українців сильно впливають соціальні мережі. Постійний потік та обмін інформації допомагає в популяризації нових виразів у кшталті загального сленгу чи пак жаргонізмів у межах певної соціальної групи, об'єднаної тепер ще й через мережу. Надзвичайно важливу роль тут відіграють інформаційні ресурси та канали, які провадять огляд політичних та воєнних подій в Україні. Оскільки центральні органи не мають повного контролю над всіма групами в соцмережах, що займаються поінформуванням людей, такі спільноти часто характеризуються відсутністю цензури чи спеціального редагування, відповідно до літературних норм та стандартів. У такий спосіб необроблені мовні тренди та сленг досягають максимальної кількості людей, що за певних умов підхоплюють нову лексику й починають застосовувати її в щоденному спілкуванні.

Активно розвивається військовий сленг, що є радше жаргоном без суворої вікової категорії, який розуміють та яким послуговуються як дорослі, так і молоді українці. Не можна ігнорувати й те, що цей сленг усе частіше вживається й серед цивільних: *арта* – артилерія, *приліт* – обстріл з артилерії, *мoped* – дрон шахед.

Масштаб війни та широке до неї залучення всього українського суспільства сприяє масовому опануванню військових термінів усіма верствами населення. Саме це слугує основною відмінністю від польського армійського сленгу, який вживається здебільшого лише у колах військовиків.

Не виключено, що певна лексика українських військових у майбутньому стане вживаною назагал й позбудеться суто військових конотацій, як от: *плюс-плюс* (++) – згоден; зрозумів; почув; *в молоко* – схибив; промахнувся повз ціль; не влучив; *дуйчик* – обігрівач.

Цікавим є випадок застосування терміну *Моссад* в українській мові. Моссад є назвою однієї зі служб розвідки Ізраїлю, яка широко відома в світі своєю активною діяльністю за межами власної держави. Служба практикує збір інформації щодо ворогів, відстежує їх та вчиняє помсту, що часом передбачає ліквідацію людини, яку вважають загрозою національній безпеці. Після повномасштабного вторгнення російських військ до України в медіапросторі з'явився вираз „*український Моссад*”, що характеризує українські підрозділи, які займаються збором інформації та пошуком російських воєнних злочинців, причетних до вбивств та катувань українців. Також термін „*український Моссад*” у загальному сенсі позначає процес розплати за кривду та знуцання над українським народом. Отже, *моссад* дедалі частіше використовується у якості синоніму до слова помста. Приклад переходу цього терміну від власної назви окремої служби до позначення руху, спрямованого на помсту ворогам та кривдникам, указує на подальшу можливу зміну головного значення слова в межах українського суспільства, або й в решті світу (якщо вираз у своєму новому значенні в контексті українських реалій пошириться й за кордоном).



На можливість зміни значення за цим сценарієм вказують приклади вже наявних сленгових слів, що пройшли через той самий шлях становлення від власної назви або ім'я до опису людини з певними якостями чи то діяльності, з якою ця особа пов'язана. Так було у випадку Тітушко, відомого хулігана, що вчиняв розбійні напади на людей за замовленням. Його прізвище стало основою для формування нової лексеми *тітушка* у значенні провокатора, шибеника, який працює за гроші й виконує політичні замовлення. Вільний тлумачний словник подає наступне значення слова: „Особа, тимчасово винайнята у складі групи для фізичного перешкоджання, розправи чи вчинення інших злочинних дій щодо інших осіб (зазвичай представниками влади).

*Група тітушків блокує двері храму, де в цей момент відбувається перша робоча зустріч Форуму Євромайданів.. (Український тиждень, 2014, № 3)''* (Вільний тлумачний словник).

Подібна практика триває зараз і з прізвищами відомих політиків, у залежності від їхньої поведінки на міжнародній арені та стосунку до України. Так, наприклад, в українській мові з'явилися такі сленгові вирази, як *шольцувати* – годувати обіцянками, шукати будь-які можливі причини, аби щось відтермінувати. Також відоме у варіації *валяти шольца*. Виникнення виразу пов'язане з діями канцлера Німеччини Олафа Шольца, який довгий час виступав категорично проти надання Україні танків та подібної суттєвої допомоги в формі озброєння. Окрім німецького канцлера, негативно серед української молоді прославився також президент Франції Емануель Макрон своїми довгими та безкорисними дзвінками до російського президента. Вислів *макронити* відтак використовується на позначення дії, що пов'язана із затяжними та безрезультативними розмовами через телефон, або також для опису людини, яка назагал показує свою невгамовну стурбованість, однак нічого не робить для вирішення проблеми.

Вартим уваги є те, що поляки досить швидко переймають подібні сформовані в українській мові сленгові вирази. Так Міхал Марек, доктор наук Ягеллонського університету, звертає увагу на поширення терміну *макронити* в українському

сегменті інтернету та польською подає його як *makroniś* („Українську popularyzują nowe słowo – „makroniś”, 2022). Терміном шольцувати ж у свою чергу вже послуговується колишній польський генерал та керівник спецпідрозділу Гром Роман Полько. Наприклад, у інтерв’ю польському радіо генерал коментує воєнну ситуацію в Україні та роль Заходу у наданні допомоги, за його словами закінчення війни можливе в цьому році, але за умов, якщо „Захід перестане дискутувати, шольцувати” і перейде до конкретних дій” („Rosyjska prowokacja blisko polskiej granicy”, 2023).

Є підстави стверджувати, що такі факти запозичення українського сленгу поляками є проявом солідарності польського суспільства (у своїй більшості) з українцями. Наявність загрози привертає увагу та стимулює іноземців, що поділяють українську думку, наслідувати мовні тренди, що створюються в епіцентрі подій (власне в Україні). Це має велике культурне значення, адже подібна взаємодія в подальшому сприяє формуванню спільних цінностей, уявлень про норми поведінки, сприйняття добра та зла, що зближує світогляди та сполучає самі культури.

Існує також ряд польських сленгізмів, так само сформованих на тлі війни, однак які відсутні в українському словниці, наприклад, *opisa* (*opisce* у множині) – що вживається в якості пейоративної назви росіян або часом і представників інших народів, які їх підтримують. Пряме значення слова – онучі (російською відомі як портянки) – шматки тканини, що обмотуються довкола ноги для носіння взуття замість шкарпеток, довгий час популярні серед росіян, особливо російських солдатів. Логіка при утворенні цього сленгізму майже аналогічна з українським словом *ватник* (початково – російська традиційна стьобана куртка), що також використовується у якості образливої назви всіх, що підтримують російський шовіністичний світогляд та політику. Також у обидвох мовах присутня ще одна негативна назва росіян – *орки/orki* (назва злих істот у всесвіті Толкіна).

Як ми вже визначили, одним із поширених в сучасності джерел молодіжного сленгу виступає також музика, а в особливості культура хіп-хопу, що зробила

вагомий внесок у формування нових виразів та слів, які використовуються сучасним поколінням. Вплив хіп-хопу не викликає подиву, адже музичний жанр початково позиціонувався як певний культурний опір системі, вихід за межі звичного та прийнятого, що передбачало розкриття табуйованих чи незручних тем у доволі відвертий спосіб, спробу зруйнувати стереотипи та показати світ таким, яким він є з точки зору звичайної людини. Ця бунтівна природа привабила багатьох представників молоді, що росли та продовжують зростати на піснях своїх улюблених реп виконавців.

Однак, неможливо не зазначити, що культура хіп-хопу набула дещо маргінального відтінку, адже подібні принципи протистояння усталеним нормам, порядку й офіційній владі так само привертала увагу криміналітету. Сферу хіп-хопу досить швидко заповнили твори, що не мали в собі якісного змісту, лише відблиск вуличної драми, бездумних вихвалянь, з'ясування стосунків та недоречних образ на адресу всіх довкола. Так, хоча хіп-хоп культура є доволі обширною та має виконавців, що дійсно розкривають болючі для суспільства теми, багато людей почало напряду асоціювати її з кримінальною складовою, що, однак, у жодному разі не є безпідставним. Через подібну спрямованість більшості реп композицій хіп-хоп стає інструментом поширення певного ряду сем, що пов'язані із контекстом творів. Словник реп виконавців рясніє лексемами та виразами на позначення грошей (*hajs, flota, kasa, forsa, martwi prezydenci, kwit*), цигарок, алкоголю чи наркотиків (*blant, dżoint, dym, feta, alko*), поліції (*glina, gliniarz, pies, psiarnia*), окресленнями чоловіків (*gość, gościu, typ, facet, ziom, koleś, many*) та жінок (*laska, typiara, dupa, lala*), часом доволі вульгарними. Ці вирази, очевидно, не завжди формуються в хіп-хоп колах, але одним з основних ретрансляторів яких безсумнівно служать представники даної культури. Вона ж стає своєрідним посередником, через який до молодіжного соціолекту потрапляють і деякі вирази з середовища декласованих елементів, тобто кримінальний жаргон (як от *zbastuj bajerkę* – заспокойся). Серед виразів, властивих хіп-хоп сленгу часто можна помітити кальки з англійської, як от: *sprawdź to* (check this out – заціни) чи вже вище

згадані *martwi prezydenci* (dead presidents – гроші) (Magdalena Bartłomiejczuk; 2008). Почасти англійські вирази впливають на вже існуючі в польській мові слова та надають їм нового значення, наприклад, *ekipa*, крім угруповання людей з певною метою, почало широко вживатися молоддю, аби окреслити будь-яку групу товаришів чи друзів (подібно до англійського *crew* – екіпаж, що зараз також використовується у значенні групи друзів).

Активно простежується явище розмежування сленгу в залежності від його притаманності певним групам молоді, об'єднаним спільними поглядами й стилем життя. Так, наприклад, дедалі частіше можна спостерігати своєрідну відмежованість вуличного сленгу, поширеного лише в певних соціальних групах, лексика якого відрізняється своєю завуальованістю, від загального сленгу, який є широко вживаним більшістю представників молоді та характеризується порівняною нейтральністю сенсів. Польські хіп-хоп виконавці здебільшого надихаються саме вуличним сленгом. Оскільки контент, який вони створюють, як правило орієнтований на певні визначені теми та обмежену аудиторію, ретрансляція старих та введення ними нових, „авторських” виразів збагачує саме цей окремий підвид молодіжного сленгу, тим самим віддаляючи його від загального й нейтрального.

Водночас в українських реаліях хіп-хоп не має настільки широкої тенденції до впливу на формування сленгу. Насамперед це пов'язане з відносною непопулярністю українського репу. Донедавна переважна частина поціновувачів цього жанру серед українців надихалася іноземними виконавцями, а отже й вплив на вуличний сленг здійснювався передусім за посередництвом іншомовних елементів, які почасти були адаптовані та прийняті в український сленг. Доволі звичним явищем було розмежування жанрів за мовами, коли українці віддавали перевагу певній мові під час прослуховування окремого типу музики (це також пов'язане з популярним колись стереотипом, що українська мова пасує лише до певного контексту). Одним з таких жанрів і був хіп-хоп, адже російськомовна продукція цього напрямку зазвичай замінювала українцям вітчизняну. Лише з

нещодавнім зростанням попиту на український музичний контент прискорився процес розвитку всіх жанрів.

Не менш цікавим є й інше явище: лексичний склад творів багатьох популярних українськомовних реп виконавців має виразно відмінну структуру, що відрізняється більшою кількістю літературних слів, а також вживанням переважно вже наявних, усталених та загальноживаних в українській молодіжній мові слів. Можливо це пов'язано з екзистенційною загрозою та постійною боротьбою за збереження української мови, що змушує українських виконавців навіть таких гнучких у мовному плані жанрів як хіп-хоп, ставитись до підбору лексики дещо консервативніше.

Тема зростаючої відокремленості польської вуличної мови від загальноживаного сленгу є доволі цікавою та маловивченою, особливо в контексті порівняння з українськими реаліями, а отже, може нести великий потенціал для подальшого дослідження.

Отже, можемо зробити висновок, що спільні тенденції розвитку молодіжного сленгу на сучасному етапі здебільшого зумовлені певними особливо характерними для сьогодення факторами, основними серед яких є: активний розвиток технологій; перенесення спілкування й інших сфер життя в режим онлайн; створення сприятливих умов для міжмовних контактів та культурного обміну й перетворення їх на частину щоденної рутини існування; катаклізм, війна та інші потрясіння, що несуть прямий вплив на молодь, їх думки та відповідно головний інструмент поширення цих думок. Також доволі ефективним способом поширення та джерелом появи сленгізмів є музична сфера, особливо виділяється у цьому плані жанр хіп-хопу, який від самої появи культивує вільне вираження емоцій будь-якими мовними засобами, що слугує підґрунтям для розвитку сленгу саме у даній площині. Не можна оминати і того факту, що деякі з цих явищ, які стимулюють розвиток сленгу, відрізняються за масштабом свого впливу в різних мовах: пандемія коронавірусу вплинула на український сленг не так сильно, як на польський. Так і навпаки, незважаючи на той факт, що поляки більш долучені до

нашого інформаційного середовища, ніж будь-коли до цього, події, що відбуваються в Україні впливають головним чином саме на українську мову. До цього списку також можна додати і спостереження, що українська хіп-хоп сцена має дещо консервативніше ставлення в питаннях мови, ніж польська, що прямо позначається на формуванні сленгу.

## 2.2. Аналіз сучасного молодіжного соціолекту в польській та українській мові

Український та польський сленг довгий час розвивалися окремо, хоча в останні роки посилилася тенденція до запозичень виразів з однієї мови в іншу, зокрема через велику кількість українців, що станом на зараз проживають у Польщі: *добже-бобже* (*dobrze bobrze*) – вживається в якості згоди; *масакра* (*masakra*) – дослівно жорстоке вбивство, але в сленгу використовується у скрутній ситуації, часто як вигук; *зуна* (*zupa*) – суп.

Через схожість мов та наявність великої кількості подібних слів час від часу виникає ситуація, коли одне й те саме співзвучне слово в одній мові несе ще й сленгове значення, а в другій – ні: *siano* – гроші (укр. *сіно*); *suchar* – несмішний жарт (укр. *сухар*); *szopa* – негарна зачіска (укр. *шона*, *сарай*); *klawisz* – охоронець (укр. *клавіша*), або ж має зовсім інше значення, як у випадку зі словом *imba*, що в польській мові означає вечірку (*impreza*), тоді як в українській мові *імба* (від англійського *imbalanced* – незбалансований) стосується геймерського сленгу та позначає передусім певну річ чи особу, з якою важко змагатися й конкурувати. В українській мові це слово поступово переходить і в інші сфери спілкування, де використовується ще й у значенні чогось геніального, добре спланованого. Ще одним цікавим прикладом може бути вживання слова *стріляти/стрільнути* у значенні просити в українській мові (приклад: *стрільнути цигарку*), коли ж у польській слово *strzelać* в контексті сленгу використовується лише в парі з іншими словами, як от у виразі *strzelać focha* – ображатися, влаштовувати драму. Також не

можна обійти увагою слово *kozak*, яке серед поляків має як негативне, так і позитивне значення. Зазвичай лексемою *kozak* окреслюють сміливу, часом аж із надлишком, людину, яка здатна на шалені вчинки та великий ризик, та проявляє ці риси у невідповідних умовах, коли ризик того не вартує. Нічого дивного, адже через історичні протиріччя саме такий стереотипний образ козаків зберігся у польській національній пам'яті. Похідним від цієї лексеми також є дієслово *kozaczyć*, яке позначає дію чи поведінку, що характеризується самовпевненістю, наприклад: „nie kozacz, bo będziesz miał przypał”, що українською можна перекласти приблизно, як „не зазнавайся/не геройствуй, бо осоробишся”. Однак з останніми роками слово *kozak* почало дедалі частіше використовуватися саме у позитивному значенні, спочатку на окреслення шаленої людини у доброму світлі, тобто людини, головною рисою якої є відважність, далі стосовно когось, хто добре проявляє себе у певній справі, так вираз „*ale kozak!*” може перекладатися як „ну й сміливець”, або „ай, молодець!”. Згодом слово взагалі перетворилося на прикметник та стало використовуватися в якості синоніму до слова *fajny*: „*ale masz kozak zdjęcie na profilowym*” (у тебе така кльова фотографія на аватарці) (Miejski). Окрім цієї форми також використовується інший варіант прикметника – *kozacki*, також утворюється й прислівник – *kozacko*, що виступає у значенні *чудово, надзвичайно*. Зауважмо, що тенденція використовувати слово *kozak* у якості компліменту та похвали здебільшого поширена серед молоді, а до цього ж воно звучало радше з насмішкою чи докором. Це в свою чергу свідчить про зсув асоціативного ряду та можливу подальшу зміну головного значення з пейоративного на позитивне. Варто зазначити, що в подібному розумінні слово *козак* вживається і в українській мові: *козак/справжній козак!* – у значенні „справжній чоловік!” Однак на відміну від польської, негативної сторони цього слова в українській мові немає. Примітно, що останніми роками українська молодь почала використовувати лексему *козак* у якості замітника сленгового *чувак*: „*агов, козаче*” – те саме, що „*агов, чоловіче (чуваче)*”. Очевидною різницею між вживанням цього слова у контексті польського та українського сленгу є те, що

поляки зазвичай не вдаються до його використання у якості звертання, а українці в свою чергу не вживають похідних від нього дієслів, прикметників та прислівників у іншому значенні, аніж літературно прийнятому. Подібна відмінність свідчить про те, що з більшою вірогідністю такий розвиток сленгових значень слова *козак/kozak* у двох мовах не пов'язаний між собою та проходить паралельно, у власний спосіб в кожній із мов.

Однак, у зв'язку зі стрімким зростанням кількості української молоді, що навчається в Польщі, а також збільшенням попиту на польську мову й загального зацікавлення польською культурою, відомі й такі випадки, коли українці переймають з польської сленгові значення вже наявних в українській мові слів: *масно* (пол. *masno*) – чудово, надзвичайно; *шмата* (первинне значення – ганчірка, шматок тканини; пол. *szmata*) – образливе окреслення дівчини, що поводить надто відверто або не має почуття гідності. Існує навіть однойменна пісня Скрябіна, яка засвідчує використання останнього слова в його сленговому значенні саме в українській мові.

Добре відомо, що польська та українська мови мають багато спільних коренів, які втім часто використовуються по-різному. Деякі слова існують лише в одній із мов при тому, що корінь наявний як у польській, так і в українській. Так нестандартні слова, які втім здаються доцільними та логічними можуть потенційно бути запозичені через сленг. Як от у випадку зі словом *кусук*, що в польській мові означає поні. Якщо задуматися, то слово цілком логічне та без проблем знаходить своє місце й у системі української мови, адже корінь даної лексеми широко відомий її носіям, від нього походить і слово *куций* (короткий, короткохвостий). За таких умов слова *поні*, *муц* та *куцик* усі є запозиченими, але вживання останнього у значенні коня низкорослої породи здається набагато логічнішим.

Варто зазначити, що зворотні запозичення з української в польську доволі обмежені та рідкісні, оскільки переважна частина міжмовних контактів трапляється саме в Польщі, де українські мігранти чи туристи поринають в польськомовне середовище та вимушені до нього адаптуватися. Звісно, що



поодинокі слова, занесені українцями до Польщі, можуть набувати популярності серед місцевих та з часом закріплюватися в іншій мові, проте тенденція до впливу польського середовища на мову українців є незаперечно вищою. Цей висновок може опиратися також і на факт, що вивчення української мови поляками є явищем рідкіснішим, ніж вивчення українцями польської мови. Основна ж частина запозичень з нашої мови до польського сленгу на сучасному етапі пов'язана з російським вторгненням, адже польське суспільство як наш сусід, природньо схвильоване подіями та уважно стежить за ситуацією. Інформація ж, що, ясна річ, надходить до них з України, несе з собою й нові мовні тренди, зокрема сленгізми.

Польська молодь має широкий ряд усталених образів носіїв певних імен, їхньої стереотипної поведінки. Яскравим прикладом цього будуть імена *Janusz* та *Grażyna*, які вже стали своєрідним обзиванням та каталізатором усіх поганих рис, які трапляються у пересічних поляків.

У випадку Януша це прояви надзвичайної жадібності, абсолютної некомпетентності, що одночасно поєднується з бажанням довести всім позірну правильність власних дій, залежність від постійного пияцтва та вияви шовінізму стосовно решти світу: „*Ale z ciebie Janusz*” (ну ти і Януш) (Miejski).

Гражина у свою чергу представляє собою образ стереотипної польської жінки середніх літ, яка поділяє якості свого чоловіка, обожнює пліткувати та влаштовувати скандали навіть за відсутності будь-яких причин. Януша та Гражину часто представляють у вигляді чоловіка та дружини, створюючи таким чином образ патологічної родини. Саме з цієї причини польська молодь часто іменує так людей, які з їхньої точки зору осоромлюють власний народ подібними проявами: „*moja ciocia to typowa Grażyna*” (моя тітка – типова Гражина) (Miejski).

Окрім того, у пейоративному сенсі польська молодь використовує такі імена: *Sebastian*, котре в цьому значенні набагато частіше звучить у формі *Seba*, що описує молодого хулігана, вуличного розбишаку (в Україні образ відомий під назвою *гонник*, запозичення з російського сленгу): „*patrz, jakie Seby potykają tamtędy*” (глянь, які Себи туди мчать). *Karyna* на окреслення проблемної та скандальної

жінки, яка всюди бачить загрозу та абсолютно все сприймає в негативному світлі; *Dżesika* (польський варіант імені Jessica) – дівчина, яка надзвичайно переймається грошима та популярністю, звертає увагу на все, що блищить (також часом використовується у подібному значенні, що й *Karyna*) (Słownik języka polskiego); *Brajanek* (сполучений варіант імені Brian) – чоловічий варіант образу *Джесіки*, що часто представляється у парі. Ці іноземні імена знайшли достатню популярність у Польщі останніми роками. Однак, із точки зору польської молоді називати так своїх дітей – дешеві спроби слідувати трендам та імітувати все іноземне (*Miejski*). Відповідно власне імена *Брайанек* та *Джесіка* часто звучать з вуст молоді на адресу людей зі своєрідним почуттям меншовартості (коли будь-що польське вважають апріорі нижчим за, наприклад, американське) та бездумного фанатизму до всього чужоземного.

На відміну від питомих Януша, Гражини та Себи, образ Карини був запозичений з американської культури, де іменем *Karen* часто нарікають жінок, яким дуже нудно жити без потрясінь, що вони шукають всюди конфлікт, вигадують наклепи та за найменшої нагоди грозяться поліцією. У випадку ж Браянка та Джесіки, хоча ці імена були запозичені з західних культур, самі образи та сленгові значення є цілком польськими, адже створювалися на основі уявлень поляків про носіїв цих імен.

Доволі цікавим є те, що слово *Janusz* також має похідний термін *januszeria* як спосіб буття, поведінка за якої чоловік проявляє всі ті негативні якості, що властиві *Янушам* (*Wielki słownik języka polskiego*).

Серед українців подібна стереотипізація окремих імен присутня, але носить скоріше індивідуальний характер, коли під немилість може підпасти будь-яке ім'я (в залежності від особистих суб'єктивних уявлень окремих представників суспільства щодо імен), проте на основі цього не виникають сленгові вирази. Унікальним випадком перетворення у сленговий вираз та вживання у якості негативного окреслення можна вважати ім'я *Василь* (*Вася*) у значенні дурнуватого,

наївного та нікчемного чоловіка. Однак цей образ не властивий виключно українській культурі, адже сформувався ще за радянських часів.

Окрім цього в сленгу обидвох мов присутнє ім'я *Czad (Чад)*, що було запозичене з американського сленгу (*Chad*), де початково позначало стереотипний образ крутого, популярного хлопця, що веде активний спосіб життя (грає в шкільній команді з баскетболу чи футболу) та має багато друзів. Часом же цей образ вживався в негативному, іронічному сенсі на адресу занадто самовпевнених людей. Згодом цим іменем почали називати всіх, кого вважали крутим, а вже пізніше на основі цього ж імені під впливом мем-культури з'явилося оновлене слово *gigachad (gigaczad/ritachad)*, що з приставкою *giga-* формує дещо посиленій, ідеальній образ успішного, привабливого та фізично загартованого чоловіка, який чудово показує себе у всіх життєвих ситуаціях.

Отже, якщо проаналізувати дані сленгові вирази на позначення стереотипних образів, можна дійти до висновку, що польське суспільство має набагато більшу тенденцію до їхнього формування на базі особових імен, одночасно запозичуючи та створюючи власні образи. Українська ж молодь рідко має сталий образ та значення, виражені в подібній формі, а ті поодинокі вирази запозичує зазвичай до свого сленгу з інших мов. Це свідчить про певну різницю у світогляді. Серед молодих українців використання питомих особових імен при формуванні пейоративного образу не отримує масового схвалення, навпаки, дуже часто це сприймається різко негативно, як спробу очорнити українське ім'я, а одже посягання на українську культуру та честь власного народу. Одночасно з тим, зважаючи на широке вживання образів Януша та Гражини у польському суспільстві, стає очевидним, що їхнє застосування не викликає в них шквалу критики. Цілком можливо, що це пов'язано із відсутністю серед поляків почуття перманентної загрози зі сторони, а отже, із зниженням рівня чутливості цього питання, потреба у захисті чистоти власної культури та образів не постає настільки гостро, як у нас. Однак разом з тим є факти використання поляками іноземних імен, як-от Джесіка та Брайанек для опису негативних рис, виражених плазуванням перед чужинцями

(з точки зору молоді, яка послуговується цими сленгізмами). Можливо, це свідчить про наявність опору глобалізації серед польської молоді, де небажання поступатися іноземній англійській культурі почасти виражається у формуванні подібних негативних образів, пов'язаних із людьми, що занадто охоче приносять чужі та невластиві місцевій культурі елементи. А втім, у більшості випадків це пояснюється радше простим роздратуванням від спілкування з кимось, хто поводить себе ненатурально й нереалістично заради того, аби виглядати ліпше, або ж з тим, хто вбачає у цьому підставу вважати себе кращим за інших.

Неможливо не зазначити, що зі збільшенням популярності відеоігор та значним розширенням спільноти гравців по всьому світу, окреме місце в молодіжному словнику інтернет-виразів став займати ігровий сленг, який, що примітно, характеризується унікальним, але одночасно сталим набором виразів, що мають попит серед майже всіх гравців. Зважаючи на факт, що домінантна частина індустрії керується та розвивається в англійськомовних країнах, мовою спілкування та порозуміння представників різних культур в інтернеті та відеоіграх переважно виступає англійська мова, подібно як і в багатьох інших сферах життя. Відповідно саме на базі англійської мови формується переважна більшість нових термінів та понять, що їх далі підхоплюють носії решти мов.

Відмінною рисою ігрової спільноти є широка залученість представників різних країн, незалежно від їхньої культури чи рідної мови спілкування, до спільного інформаційного простору. Очевидно, що мовний бар'єр все ще існує та дається взнаки, однак розробникам ігор вигідно тлумачити власний продукт різними мовами, створюючи повноцінні адаптації, а також надавати підтримку клієнтам їхньою мовою. Таким чином вони заохочують людей долучатися до спільноти та активно розширюють свою аудиторію. Окрім того, ігрові спільноти у багатьох випадках виявляють здатність до самоорганізації: сформувалася навіть окрема ієрархія, пов'язана з поширенням інформації, коли події навколо улюбленої гри публічно обговорюються на форумах, а звідти інформація шириться публікою за посередництвом контент-мейкерів, власників ютуб-каналів та інших носіїв

інформації, що доносять її до окремих груп людей рідною мовою. У всьому цьому англійська мова служить своєрідним з'єднувальним елементом, тому при перекладі на різні мови основну термінологію, що пов'язана з механікою ігор, почасти подають без змін: скіл/перк (англ. skill/perk) – уміння, здібність; лор – сюжет, історія окремого ігрового всесвіту (англ. lore – показово, що цей самий корінь „лор” вживається у слові „фольклор”); івент (англ. event) – значна подія; лаг (англ. lag) – затримка, глюк; стелс (англ. stealth) – замаскованість, скритність (наприклад: „пройти стелсом”); стаміна (англ. stamina) – витривалість. Польська молодь зазвичай записує ці слова так, як це робиться мовою оригіналу, хоча й вимовляє їх з власним акцентом: *skill, lore, event, stamina, lag* тощо.

Відтак формується цілком окремий підвид соціолекту, який дозволяє людям, що насилу говорять одною мовою, комунікувати та розумітися на простому рівні. До того ж, варто усвідомлювати: хоча ігровий сленг є своєрідним піджанром молодіжного соціолекту, він набагато більше сприяє успішному спілкуванню між представниками різних культур, адже виказує суттєво меншу лексичну диференційованість на міжмовному рівні. Таким чином, якщо у звичайному випадку українцеві тяжко без попередньої підготовки зрозуміти польський сленг, то в разі зустрічі двох гравців з цих країн, вони значно легше дійдуть до порозуміння за умови, якщо вживатимуть у розмові ігровий сленг.

Ігровий сленг частково використовується і в реальному житті, як правило, у колі людей, де всі розуміють значення даних слів: *random* – випадковий незнайомиць/випадковість (може виступати у різних формах: *randomowy* – випадковий, *randomowo* – випадково, навмання), хоча це слово стало досить поширеним та розуміється й використовується багатьма людьми, велику роль у його становленні відіграв саме геймерський сленг; *noob* – використовується на позначення новачка у якійсь грі (а за межами інтернету може стосуватися новачка у будь-якій справі); *mieć laga (lagować)* – у даному випадку значить не глюк на певному девайсі, а своєрідна затримка чи сповільнення мисленнєвого процесу, коли людина заледве сприймає нову інформацію. У подібному значенні серед

поляків також можна почути слово *odklejka*, що теж є сленгізмом, який однак не пов'язаний із ігровою культурою. В українців слова *рандомний* (*рандóm* та інші похідні), *нуб* та *лагати* так само присутні.

Окрім того, доволі поширеними в ігровому сленгу є різноманітні аббревіатури та скорочення, як от *EZ* (*easy*) – легко, без зусиль; *GJ* (*good job*) – добра робота; *NT* (*nice try*) – гарна спроба. Доволі популярним серед польської молоді останнім часом став акронім *NPC* (з англ. *non-player character*), що в ігровому сегменті використовується на позначення штучного персонажа, який існує задля наповнення світу. У реальному житті ж його вживають на позначення людини, яка поводить себе дуже дивно, нереалістично, неначе робот. У такому ж контексті можна почути й інше слово – *bot*. Цікаво, що ці два слова вживані як поляками, так і українцями, однак, якщо *NPC* особливо сильно полюбився польській молоді, то серед українців дещо поширенішим у цьому контексті є слово *бот*. Гравцями часто вживається скорочення *sus* (від англ. *suspicious*) у значенні підозріло/підозрілий; *exp* (англ. *experience*) – *експі/експа* (укр.) – досвід; *dmg* (англ. *damage*) – *дамаг* (укр.) – шкода.

Окрім виразів, що вже більш-менш поширилися серед переважної частини молоді, є ще такі, які вживаються у реальному житті виключно в компанії „своїх”, адже можуть викликати подив та непорозуміння навіть у спілкуванні з іншими представниками молодого покоління. Переважно вони вживаються у жартівливій формі, серед них зокрема: *quest* – *квест* – завдання, місія; *speedrun* – *спідран* (англ. *speed* – швидкість; *run* – біг) – виконання поставлених завдань/проходження ігрових рівнів на швидкість; *bossfight* – *босфайт* (англ. *boss* – босс; *fight* – битва, колотнеча) – битва із надскладним суперником, якого називають *фінальним боссом*, що зазвичай відбувається в самому кінці, під час завершення певного етапу (може вживатися на позначення будь-якого виклику, навіть для опису кінцевого екзамену в університеті); *kontra* – *кóнтра* (англ. *to counter* – протиставляти, суперечити) – певний інструмент або тактика, що покликана звести чиюсь перевагу нанівець, своєрідний антидот або протидія будь-чому; *ragequit* – *рейджквіт* (англ. *rage* –

лють, to quit – виходити) – вихід з гри через розлюченість власними результатами або діями суперників, за межами ігрового контексту може вживатися у значенні зневіри та відмови від подальших дій через відчуття повної безпорадності; *camper* – кемпер – людина, яка хитро вичікує вдалого моменту з вигідної позиції, дуже часто звучить пейоративно, адже подібна поведінка ображає деяких гравців та змушує їх до *рейджквиту*. Уживання подібних слів у розмові з друзями дозволяє розрядити атмосферу та чіткіше довести думку, коли існує потреба в описі чогось дуже вузьконаправленого.

Усі вище перелічені вирази активно вживаються польською та українською ігровою спільнотою, однак існують певні слова, що характерні більше саме українцям. Одним з них є слово *go* (що походить з англійського to go – іти). Слово широко прийняте українськими гравцями, які почали використовувати його спершу в спілкуванні з іноземцями (для закликів, як от go get it – іди дістань це), однак закріпилося та навіть перейшло в українську мову в якості сленгу. Зараз українська молодь активно послуговується словом в якості вигуку, що має функцію аналогічну до українських „нумо”, „гайда”, „нужбо”, а часом є навіть універсальнішим: *go каву пити* – ходімо пити каву; *go співають* – може поспіваємо?; *go морозиво* – візьмімо по морозиву. Утім, подібні випадки локальних відмінностей є радше унікальним винятком. З цього можна зробити висновок, що у контексті порівняння розмовної української та польської, ігрова термінологія лишається монолітнішою за звичайний сленг.

Як підсумок, зі збільшенням частоти міжмовних контактів та активної співпраці двох країн у багатьох сферах, включно з політичною (що завжди має вплив на думки людей, а отже й розвиток мови), українсько-польські міжмовні запозичення стають дедалі поширенішим явищем. Обидві мови мають сформований пласт сленгових слів. Деякі з них майже аналогічні, або ж подібні за звучанням та контекстом вживання. Декотрі ж не мають прямих чи подібних відповідників, як от у випадку з широким рядом усталених в польськомовному середовищі стереотипних образів поведінки, пов'язаних з іменами. Почасти

трапляються співзвучні слова, сформовані за допомогою коренів, що присутні в обох мовах, значення яких не таке очевидне, як здається на перший погляд. Утім, обидві сторони запозичують одне в одного сленгізми, особливо ця тенденція помітна в українській мові, для носіїв якої знайомство з польською культурою, а отже й певною кількістю виразів, не є чимось незвичним. Оскільки сучасний етап розвитку мов відзначається поновленням активної взаємодії, можна очікувати збільшення кількості спільних слів та образів у мові молоді, яка найчастіше й іде на міжмовний контакт. Як ми вже переконалися, подібне явище вже має місце в світі, звісно, у дещо більших масштабах, і пов'язане воно з ігровою культурою, яка породжує безліч універсальних для представників різних народів неологізмів та характеризується більшою уніфікованістю, ніж звичайний сленг.

### **2.3. Вплив молодіжних соціолектів на світогляд польської та української молоді**

Згідно із дослідженнями Анни Вілечек, серед головних функцій сленгу в молодіжному колі 28% опитаних назвало його незамінність у розмові з однолітками, іще 20% респондентів відмітило полегшення взаєморозуміння між молоддю; згідно з думкою 11% опитаних – це можливість виразити емоції та вживання соціолекту в гумористичному контексті, для 10% це просто спосіб щоденного спілкування та 9% звернуло увагу на задоволення почуття окремішності (Anna Wileczek, 2021). Дослідження було проведене серед учнів шкіл, тобто власне основних носіїв сленгу, оцінка яких слугує поглядом на молодіжну мову зсередини.

З дослідження виникає, що більшість учнів відмічає серед головних переваг сленгу поліпшення якості спілкування з друзями та однолітками, у той же час лише для 9% респондентів основною функцією називає відокремлення від інших.

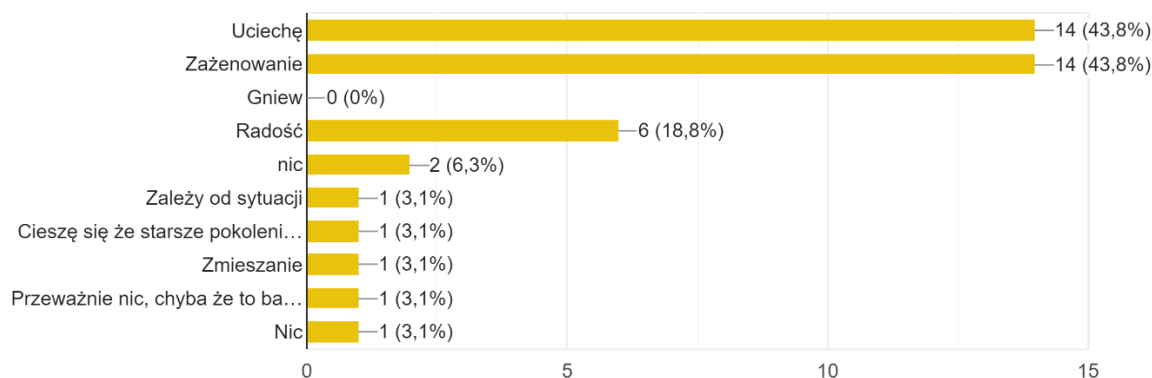


Ці тенденції можна також проаналізувати на ґрунті результатів власного опитування, проведеного серед польської молоді, де одним з пропонованих питань було: „Які почуття викликає вживання сленгових слів старшими людьми?”

Позитивні емоції, як от радість та втіха, виникають загалом у 65.7% опитуваних. На „збентеження” вказала менша частина респондентів – 43.8%. Це вказує на наявність певних нахилів до відмежування від інших вікових та соціальних груп і бажання виділитись, у той же час основна більшість не переймається фактом використання певних молодіжних слів представниками інших вікових категорій та не намагається приватизувати їх лише для себе.

3. Co czujesz, gdy słyszysz, jak starsi używają słowa slangowe? (Można wybrać kilka odpowiedzi jednocześnie)

32 відповіді



Необхідність почуватися відокремленими (особливими) пояснюється тяжінням молоді до пошуку себе через відкидання стандартів та прийнятих норм. Хоча це не завжди виражається у радикальній формі бунту чи запереченні сталих правил, подібний підхід аж ніяк не є виключенням. Більше того, зі збільшенням напруги, пов'язаної з несхваленням старших, зростає й шанс поляризації сторін, а отже й посилюється значення сленгу як прояву опору. Із цим пов'язане явище перетворення соціолекту на своєрідний код шифрування, головною метою якого є віддалити групу „утаємнчених” від небажаних вух та очей. Це коїться навіть незважаючи на той факт, що молодь набагато більше акцентує свою увагу на

об'єднуючому факторі в межах власної соціальної чи вікової групи, аніж на роз'єднанні та відокремленні від інших, про що можна зробити висновок із дослідження, поданого вище. У випадку активізації бунтівного настрою, молодіжний сленг також зазнає певних змін. Наприклад, через різку необхідність у протиставленні себе іншим, сленгізми циркулюють та змінюються в мові набагато швидше, ніж зазвичай, адже слово, що поширюється занадто широко та стає відомим іншим, втрачає свою головну в цьому випадку функцію.

Окрім того, сленг також знаходить й інше застосування, яке виражається в пом'якшенні або завуальюванні значення певного слова шляхом заміни його на інше, менш очевидне. Метою цього може бути як бажання приховати негативну оцінку, так і надання розмові іронічної відтіні.

У першому випадку співрозмовник не бажає образити чийсь почуття або викликати занадто різку реакцію інших, тому сточує гострі кути, замінюючи емоційно забарвлені слова більш нейтральними: *odklejony; szczepili cię?* (замість *oszalały; oszalałeś?* або інших більш грубих варіацій); *odjaniepawlić (się)* – альтернатива до *odkleić się* (також *odjaniepawlać coś – odpalać coś* – творити щось дивне) *coś mrozi (jest żenujące, krindżowe* – щось викликає сором).

У другому ж випадку виконується та сама дія, однак кінцева ціль є зовсім протилежною, адже вона характеризується прагненням донести реципієнту необхідне значення у максимально насмішливий спосіб, так, аби було чітко зрозуміло, про що йдеться. Також це своєрідний спосіб вираження мовної креативності: *niepełnosprytny* – дурний, ненормальний (асоціюється з *niepełnosprawny*).

Прикладом такої іронізації в українській мові може стати вираз „концерт Кобзона”, що означає потойбічний світ, пекло. Відповідно: *квиток на концерт Кобзона* – смерть; *відправитись на концерт Кобзона* – померти. Подібні вирази не обов'язково несуть у собі злий намір образити, часто така евфемізація відбувається задля того, аби принести щось нове, надати розмові певного різноманіття та пожартувати.

Різниця між цими способами застосування евфемізації здебільшого залежить лише від контексту, а тому існують вирази, які можуть однаково вживатися з тією чи іншою ціллю. Так ось слово *odjanie pawła* можна вважати м'яким замінником інших, альтернативних виразів, але разом з тим воно може виступати в формі насмішки над Папою Римським Яном Павлом II. Подібних значень воно може набувати в залежності від контексту сказаного та особистого стосунку мовця.

Такі ж евфемізми, як вже вище згаданий „*концерт Кобзона*”, від самого початку несуть в собі значення певної насмішки, а тому навряд чи пасують до ситуації, коли людина бажає знизити градус напруги, говорячи про когось із близьких чи знайомих.

Аналогом цього в польській мові виступає вираз *spaść z rowerka* (померти), який так само навряд чи можна вживати на адресу знайомих, адже в ньому яскраво виражений акцент на комічності ситуації, що у серйозній ситуації, де чорний гумор є зайвим, лише надало б словам яскраво зловісного виразу.

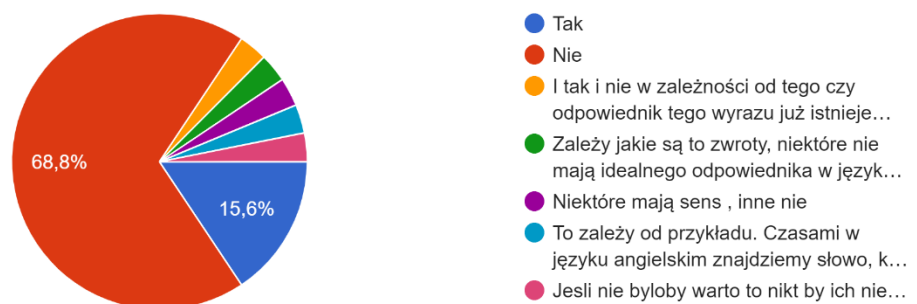
Мова молоді часто зазнає критики зі сторони дорослих за надмірну відвертість, вульгарність та відхід від традиційних і загальноприйнятих мовних норм. Поширення байдужості до правильності написання та фокусування на таких аспектах, як зміст, креативність та цікавість форми, викликає у дорослих серйозне занепокоєння. Так само старші покоління дратує скерування розвитку молодіжного сленгу в напрямку англізації, через що запозичення поступово починають дедалі більше переважати над власне польськими чи чужими, підлаштованими до польської мовної норми. Подібне протиставлення думок розділяє суспільство на два окремі табори, де одна сторона вбачає в молодіжному соціолекті загрозу для мови, а інша сприймає сленг як черговий етап її еволюції з власними проявами лінгвістичних змін.

З однієї сторони, люди, які сприймають сленг, як загрозу, мають на це всі підстави, адже формування сленгу – процес надзвичайно хаотичний та важкий у передбаченні, його гнучкість та легкість прийняття нових форм створює відчуття неконтрольованості подальшої долі розвитку мови. Мовознавці пов'язують такі

якості сленгу з загальною природою молоді, що, як відомо, відрізняється своєю динамікою досвідів, експресивністю та змінністю думок (Anna Wileczek, 2021, с. 200). Природньо, що це насторожує, особливо на тлі збільшення кількості іншомовних запозичень та проникнення до молодіжного сленгу багатьох слів, що вважаються вульгарними. Така тенденція лише посилюється під тиском нових чинників, що є проявами глобалізації, як от поширення інтернету, а відповідно відкриття нових можливостей для швидкого міжлюдського спілкування, яких раніше просто не було. Слідом за цим культурні тренди починають розповсюджуватися не лише у власному ареалі, але й рештою світу, дуже часто вони зароджуються та приходять із Заходу, головним чином з Америки, адже саме цей регіон відіграє ключову роль у світовій глобалізації, а отже, має величезні культурні впливи, що сильно відбиваються на інших народах.

З метою дослідити позицію польської молоді стосовно іншомовних запозичень та їхню схильність до пуризму, звернімося до опитування. Одним із зазначених в анкеті питань було: *„Чи вважаєте ви запозичені з англійської мови слова такими, яких не варто вживати в польській мові?„*

2. Czy uważasz wyrazy zapożyczone z angielskiego za takie, których nie warto używać w języku polskim?  
32 відповіді

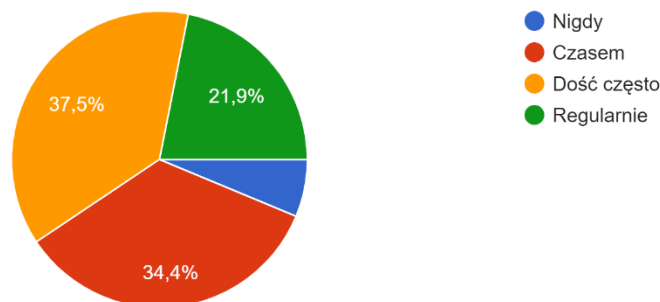


Тенденцію до пуризму проявило 15.6% опитаних осіб, у той же час абсолютна більшість (68.8%) відповіли заперечно, іще 15.6% вказали залежність від окремого слова та того, наскільки воно пасує до контексту.

Показовим є також результати відповідей на інше питання: „Як часто ви вживаєте англійські сленгові вирази/аббревіації у реальному житті?”

8. Jak często używasz angielskich wyrazów/abrewiacji slangowych w życiu?

32 відповіді



Лише 6.3% зазначило варіант „ніколи”. Навіть якщо згрупувати їх в одну категорію з тими, хто обрав „часом” (34.4%), її буде меншість, оскільки 37.5% та 21.9% відповіли „досить часто” та „постійно” відповідно.

Загалом же польська молодь у своїй більшості не відкидає іноземних впливів на рівні мовних запозичень, а навпаки вбачає в них можливість розширити та урізноманітнити активний словниковий запас. Англійська мова часто виступає одним з інструментів збагачення власного образу шляхом використання у власному мовленні незвичних зворотів.

Однак, хоча для молодіжної мови характерною є велика кількість іноземних запозичень, вона також має чимало прикладів утворення неологізмів з використанням внутрішніх мовних інструментів. Деякі мовознавці говорять про молодіжний сленг, як про своєрідну гру, що дозволяє проявити власну креативність, знайти спосіб певної індивідуалізації через роботу над власним активним словниковим запасом та надання йому унікальних і неповторних слів, які влучно та вичерпно зображають життєву ситуацію та особисту реакцію на події (Anna Wileczek, 2014a, с. 155-156).

З цього випливає, що сленг функціонує також у якості своєрідного тренажеру, який сприяє покращенню навичок володіння мовою, побудові асоціативних рядів та відчутті мови як засоба, що дозволяє творчо описати подію з прив'язкою до

певного емоційного стану, у якому перебуває мовець. Можна зробити висновок, що сленг несе певну користь мові, адже заохочує молодь користуватися її системою задля створення нових лексем і виразів.

Отже, думки обидвох сторін підкріплені реальними фактами, відрізняються вони лише у суб'єктивному сприйнятті різних явищ сленгу.

Явище вульгаризації заслуговує окремого розгляду. Воно може пояснюватися багатьма факторами. Серед таких, наприклад, різниця функціоналу літературної мови та повсякденної розмовної норми. Молодь розуміє, що за необхідних умов їй доведеться використовувати піднесений літературний стиль мовлення, та здебільшого сприймають його ненатуральним, недостатнім для зручного виразу власних почуттів та думок, тому схиляються до використання нестандартних засобів, які часто бувають доволі прямолінійними, часом аж до грубості.

Іншим поясненням може слугувати загальна тенденція сучасних поколінь до звільнення від табу. Люди все більше підходять до раніше закритих та цензурованих тем з розумінням та з відсутністю страху перед дискутуванням на суперечливі теми. Змін зазнають не лише табу, змінюється й загалом уявлення про етичні норми, що може сприйматися старшими поколіннями, які виростили на зовсім інших засадах, як прояв невихованості та неввічливості. Звісно, що така оцінка здебільшого є суб'єктивною, і все набагато складніше, ніж здається. Якщо молода людина не вміє знаходити необхідну лексику та поводитися відповідно у певному дискурсі, що вимагає максимального дотримання правил етикету та поваги до інших, стає очевидно, що проблемою є нестача соціальної емпатії та невміння адаптуватися до різних умов комунікації. Однак, справа може бути далеко не у відсутності належного виховання. Так, наприклад, якщо подібного стилю набуває розмова між двома однолітками, що мають схоже ставлення до тем, що вважаються старшими поколіннями за табу, це не обов'язково засвідчує їхню невихованість. Таким коротким, прямолінійним та дещо відвертим чином вони можуть передавати

власний емоційний стан співрозмовнику, що полегшує міжлюдське спілкування та часом навіть зближує.

На додаток, не всім представникам молоді подобається часте вживання вульгаризмів. Сленг не характеризується лише цим, зрештою, вульгарні слова існують в будь-якій формі спілкування та використовуються різними соціальними групами.

Згідно з дослідженням Беати Врони, яке було проведене на прикладі дискурсу інтернет-форумів, у мережі на сторінках для спілкування так само існує власний звід правил поведінки при спілкуванні з іншими, що базується на забороні вульгарних виразів, спаму чи писання великими літерами, що в текстовому повідомленні сприймається в якості позначення грубого тону чи крику (Beata Wrona, 2014, с. 91-92). Натомість, авторка відмічає, що розмови на форумах зазнають характерного спрощення в контексті етикету, або ж нетикету (від поєднання слів *net* – мережа та *етикет*). У багатьох випадках скасовуються зайві формальності: привітання пише зазвичай людина, що ініціює розмову; широко вживаною є мова поточна, яка містить багато молодіжних виразів. Також доволі часто учасники розмови звертаються одне до одного, як до старих друзів чи знайомих, відкидаючи при цьому формальні форми на Ви (у польській мові через *pan, pani*) (Beata Wrona, 2014, с. 94). Це може здаватися зайвою фамільярністю та проявом невихованості, однак, сучасною молоддю це сприймається доволі легко, що вчергове свідчить про зсув у розумінні етикету та підході до виставлення критеріїв вихованості.

Дедалі частіше формальні звертання розглядаються молоддю, як холодний бар'єр у міжлюдському спілкуванні, а отже, задля сприяння кращій комунікації, відкидаються та замінюються на форми, вважані за більш привітні, дружні, такі, що навпаки виражають повагу шляхом усталення основного принципу – рівності співрозмовників. Подібне явище має місце й у контексті звертання до аудиторії, коли, наприклад, автори ютуб-каналів намагаються знайти відгук у кожного окремого глядача. Виникає цікава ситуація, коли в межах однієї культури існують

протилежно різні ідеї щодо застосування формальних та неформальних звертань. Звісно, що це в першу чергу проявляється в інтернеті, де усі користувачі, що заходять у спільний чат чи на форум, уже об'єднані певною спільною метою, усвідомлення чого полегшує перехід до менш формального спілкування. Та загальна тенденція цілком зрозуміла, швидкість змін лише залежить від кожної окремої культури, наприклад, на відміну від поляків, фіни, шведи та іспанці набагато частіше використовують неформальні звертання у щоденних ситуаціях навіть в реальному житті.

Варто зазначити, що форуми є вже доволі старою формою спілкування в інтернеті, яка має дещо меншу динаміку обміну повідомленнями, ніж, наприклад, текстування в чаті. У цьому випадку комунікації на форумах більше нагадують листування, через що деякі репліки можуть набувати дещо формального стилю, як от повідомлення, що надходять на онлайн-скриньку. У свою чергу спілкування через чати значно вираженіше тяжіє до неформального стилю.

Варто віддати належне польським мовознавцям, які досліджують сленг як лінгвістичне явище без втручання, нейтрально. Польські лінгвісти звикли до дуалізму між взірцевою та повсякденною, поточною мовою, що відіграє надважливу роль та становить ключовий аспект комунікації. Незважаючи на те, що взірцеву мову подають в якості прикладу для наслідування, ніхто не заперечує нормативності поточної мови. Таке ставлення до розмовних норм, або ж поточної мови (*język potoczny*), є домінантним у польській лінгвістиці. І хоча польське суспільство, як і українське, розділене у своєму ставленні до сленгу та запозичень, фактор спокійного функціонування та співіснування двох мовних норм має певне відбиття на сприйнятті носіїв мови.

В українських реаліях найбільша увага приділяється не так функціонуванню взірцевої та поточної мови, як боротьбі з чужоземним, а власне російським впливом. Українська взірцева норма найчастіше протиставляється російській, з якої до нашої мови закрадається величезна кількість кальок та виразів, що ламають систему української мови у площинах фонетики, морфології, а часом і семантики,



коли значення вже наявного в мові слова змінюється на таке, що відповідає російському потрактуванню (наприклад, *заказ* із заборони стає замовленням). Саме тому українці здебільшого сфокусовані на вживанні українських виразів замість нав'язаних російських та боротьбою з суржилом. Це прагнення відбивається й на молодіжному сленгу, так із бажанням позбутися іноземних впливів резонує поява на базі української системи словотворення окремого ряду сленгізмів: *зроз* (скорочення від *зрозуміло*), яке з'явилося як альтернатива російському слову *пон*, що на певний час закріпилося й серед українців, та витіснило його. За подібним принципом утворене було й слово *вподобайка* – український заміник англійському *лайк* (лайк), який швидко набув вжитку серед молоді та поширився українськомовним сегментом інтернету.

Також слід відмітити, що молодіжний сленг в мові поточній привертає велику увагу польських дослідників. Тема широко обговорюється у форматі конференцій, існує безліч різних досліджень, книг, присвячених сленгу, а також онлайн-сторінок, покликаних витлумачити значення нових незвичайних слів, як от *Miejski słownik slangu i mowy potocznej* (Miejski) та *Słownik języka polskiego PWN*, який так само містить безліч інформації стосовно сленгізмів. Варто зауважити, що польському сленгу активно відводиться окреме місце в обговореннях, а через Державне наукове видавництво (PWN) за сприяння Варшавського університету навіть формуються щорічні рейтинги найпопулярніших молодіжних слів року (Plebiscyt PWN Młodzieżowe Słowo Roku). Тим самим лінгвісти намагаються привернути більшу увагу до сленгу та популяризувати його. Це має одразу кілька потенційних переваг: збільшення рівня толерантності до сленгу як до явища серед старших за віком людей, активізація зусиль з боку молоді та скеровування їхньої творчості на збагачення власної мови, а також можливість задати правильний напрямок цього розвитку. Плебісцит проходить онлайн, його перебіг та результати транслюються соціальними мережами й навіть висвітлюються у засобах масової інформації як значуща подія року.

У той же час український сленг рідко може похвалитись подібною всенародною зацікавленістю, порівняно із Польщею, де щороку в голосуванні бере участь величезна кількість людей. Звісно, існують словники, що нагадують *Miejski* за принципом можливості вільного редагування його відвідувачами, як от *Myslovo*. На цьому сайті навіть проводиться власне щорічне голосування за найкраще слово року, проте плебісцит не приваблює достатньої уваги та не отримує підтримки з боку університетів чи міністерства.

Можна ствердити, що запозичення польської практики популяризації сленгу та ширше висвітлення цього питання могло би принести велику користь українському суспільству, в якому вже існує потреба у створенні нових, власне українських виразів. Ефективне використання медіа дозволило би сфокусувати увагу молоді та скерувати її на збагачення, урозмаїтнення та відновлення активного розвитку української мови після численних заборон та обмежень.

Отже, сленг в українській та польській мовах лишається для багатьох доволі контроверсійною темою, адже суспільство обох країн має різні думки щодо цього явища. Одні вбачають у ньому знуцання над мовою, інші – природній етап її розвитку. Зі сторони старших поколінь часом лунає критика, пов'язана з надмірною, на їх думку, розкутістю, що перетікає в вульгарність. Молодь же пов'язує таку відкритість з відвертістю та чесністю до своїх однолітків. Так само існують і розбіжності стосовно функціонування етикету в різних сферах життя. Молоде покоління має яскраво виражену тенденцію до його спрощення за рахунок відкидання зайвих формальностей. Це особливо відбивається на спілкуванні у соціальних мережах, на платформах для поширення відео (як YouTube) та форумах, коли обидві сторони провадять комунікацію без формальних звертань, так, ніби вони давно дружать, що слугує для сучасної молоді одним із проявів рівності та взаємоповаги. Можна зробити висновок й про те, що молодіжний сленг є джерелом та одночасно засобом вираження та формування світогляду польської молоді. Молодь, за допомогою сленгу трактує світ як місце без зайвих обмежень, формальностей (привітання, прощання); як місце глобальне, дружнє, приємне і

веселе (часте висміювання життєвих проблем, як от смерть, що допомагає краще впоратись зі стресом); кодом входу до цього світу стає спеціальна мова – молодіжний соціолект. Хоча дуже часто можна почути думку про те, що першочерговим пріоритетом молоді є дистанціювання від інших поколінь, сама молодь сприймає сленг передусім як об'єднавчий ґрунт для кращого порозуміння з однолітками та можливість утворення якісного контакту з однолітками, який зокрема опирався би й на спільні мовні тенденції.

## РОЗДІЛ III. ОСНОВНІ СПОСОБИ СЛОВОТВОРЕННЯ СУЧАСНОГО ПОЛЬСЬКОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО СЛЕНГУ

### 3.1. Скорочення та аббревіації як найпродуктивніший спосіб словотворення польських молодіжних соціолектів

Сучасний молодіжний сленг, який формується зокрема й за посередництвом інтернету, має особливості, що визначають основні способи формування сленгізмів на даному етапі розвитку мови. Через те, що домінантною формою спілкування в мережі є письмові повідомлення, молодь активно пристосовує мову на письмі до власних потреб. Особливістю інтернетного сленгу, що трапляється надзвичайно часто, є скорочення та аббревіації (які можна залічити до безафіксного способу афіксації та основоскладання відповідно). Головна причина подібного урізання слів полягає в самому процесі обміну інформацією в інтернеті: набирати текст набагато довше, ніж промовляти, а отже гарно продумані скорочення дозволяють заощадити час та описати власну думку якомога лаконічніше, отже, це зручність у спілкуванні.

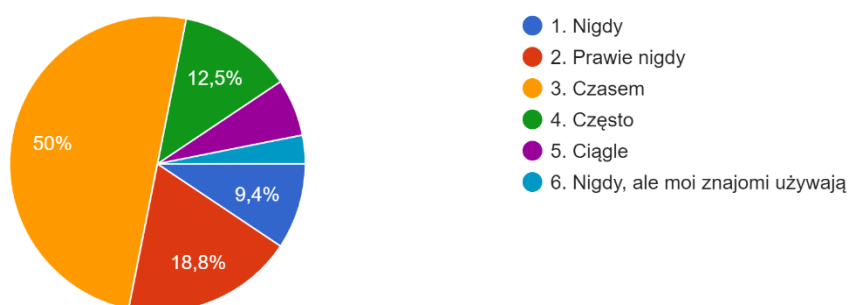
Основна частина подібних слів та аббревіацій просочується до молодіжного сленгу поляків та українців з англійської мови. Це такі вирази, як: *LOL* (laughing out loud) – сміюся вголос; *OMG* (oh my God) – о Боже; *THX* (thanks) – дякую; *IDK* (I don't know) – не знаю; *BTW* (by the way) – до речі; *ASAP* (as soon as possible) – якомога швидше, а також *OK* (або його варіація *KK*), що стало вже окремим, повноцінним та одним з найбільш впізнаваних слів, усі походять з англійської мови. Особливої уваги заслуговує *XD*, який з'явився не в результаті аббревіації певного виразу, а як емоджі/смайлик (однією з варіацій буде *xD*), що позначав нестримний сміх, якщо нахилити голову вліво та уявити, що *D* – це широка усмішка. З часом цей смайлик здобув настільки широку популярність, зокрема серед польської молоді, що почав використовуватися у якості повноцінного слова й вимовлятися як „*iksde*” (*іксде*). Незабаром значення розширилося, й *iksde* у формі слова почали

вживати з метою вираження власного подиву або саркастичної реакції на сказане співрозмовником. Усі ці вирази стрімко розповсюджуються та широко застосовуються сучасною молоддю.

Візьмімо до уваги результати відповідей при анкетуванні, які вказують на частоту застосування певних виразів польською молоддю. Про закріплення англійських аббревіацій та їхню популярність свідчать наступні дані:

lol

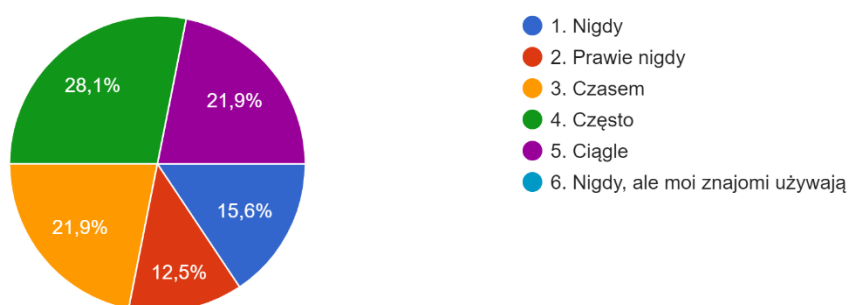
32 відповіді



Загалом 68.8% людей відзначає, що користується аббревіацією *LOL*, 18.8% на постійній основі. Лише 31.2% ніколи або майже ніколи не застосовує цієї аббревіації.

omg (oh my god)

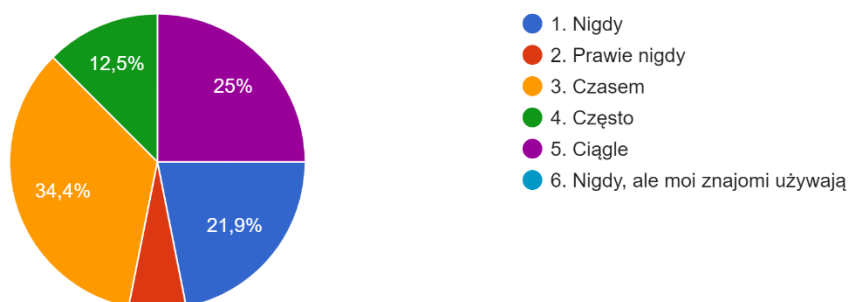
32 відповіді



Вираз *OMG* користується ще більшою популярністю, про що говорить результат у 71.9% позитивних відповідей (50% вживає вираз з великою частотою).

pls (please)

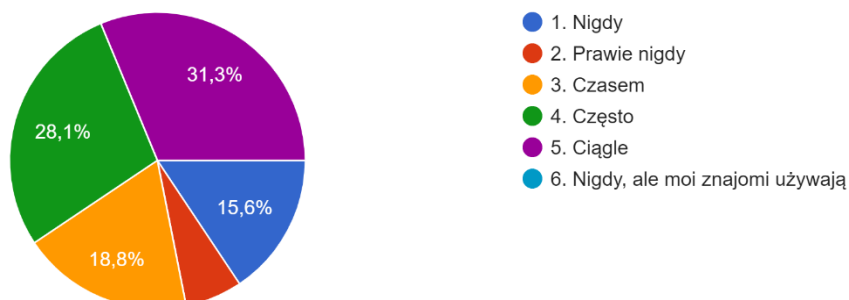
32 відповіді



*PLS* може похвалитися подібним результатом, що й попередня аббревіація (71,9%), хоча примітно, що лише 37.5% користується ним постійно (проти 50% у випадку *OMG*)

btw (by the way - a propos)

32 відповіді



Найбільшу популярність має вираз *BTW*, вживання якого відмічає 78.2% респондентів. А 59.4% використовує *BTW* регулярно.

Першопричина такого широкого вживання цих запозичених виразів може критися в їхній незамінності, оскільки вони здебільшого не мають прямих аналогів у польській мові, створених за рахунок місцевих слів.

Примітно, що на відміну від поляків, українці рідше використовують подібні англійські аббревіатури, вкраплені в текст рідною мовою. Причиною цього зокрема є необхідність запису тих самих аббревіатур іншою формою письма – кирилицею. У той час, коли поляки користуються латинкою та не мають проблеми записати

англійське слово, українці вимушені перемикатися з однієї розкладки на іншу, що практично нівелює одну з головних переваг користування аббревіаціями – збереження часу. У той же час транскрипція цих аббревіатур є доволі непопулярним рішенням, адже подібний шифр буде мало кому зрозумілий, та й загалом не виглядає настільки природньо, як в оригіналі. Серед аббревіацій, які прижилися у кириличній формі запису можна назвати хіба що *ок*, *лол* та *омг*.

Одночасно з тим молодь кожної з країн має тенденцію до утворення питомих скорочень за подібною схемою. Також обидві мови формують і власні аналоги вже існуючих англійських виразів. Це можуть бути як скорочення слів з відкиданням закінчень, як от у випадку українських *зроз* – зрозуміло, *дяк/дяка* – дякую; так і аббревіації до повноцінних виразів: *дн* – день народження; *др* – до речі; *хз* – хтозна (або ж від більш вульгарної варіації цього ж виразу). У випадку *хз* вживання виходить далеко за межі простої переписки в інтернеті та закріплюється дедалі більше у щоденному спілкуванні. Цікаво зазначити, що це сленгове скорочення також зазнає змін у способі використання: якщо раніше воно вживалося у формі присудкового слова *хтозна*, то зараз *хз* в деяких випадках грає роль дієслова, так його можна почути у контексті: *я хз* – я не знаю. Одна з найсучасніших українських аббревіацій – *PТС*, що розшифровується як „*реву та стогну*”, є прямим аналогом іноземного *LOL*, та так само позначає голосний сміх. Примітно, що при формуванні цієї сленгової фрази, а відповідно й аббревіації, українська молодь надихалася словами Шевченка: „*реве та стогне Дніпр широкий...*” Це вкотре говорить про певну прихильність української молоді до наслідування власних культурних надбань там, де ними можна замінити чужоземні запозичення.

Серед польських скорочень можна назвати зокрема *kochu* – кохаю (*kocham*). Яскравим прикладом власне польських аббревіацій буде: *nwm* (*nie wiem*) – не знаю; *cn* (*co nie?*) – чи не так?; *ct* (*co tam?*) – як справи?; *zw* (*zaraz wracam*) – скоро повернусь; *kc* (*kocham cię*) – я тебе кохаю (Яна Франчук, 2020).

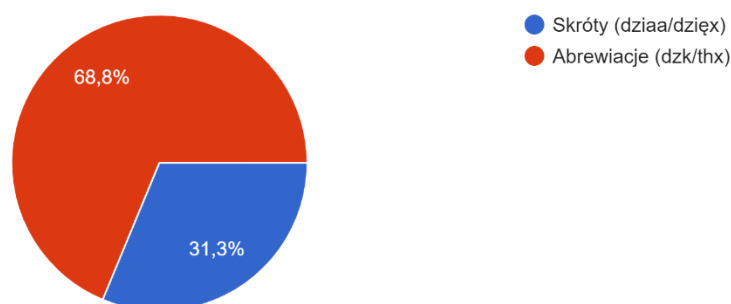
Таким чином, обидвом мовам притаманні подібні форми скорочень та аббревіацій, однак якщо звернути увагу на частоту вживання тих чи інших виразів,

можна дійти до висновку, що поляки з більшою легкістю переймають англійські сленгові аббревіації через те, що вже пишуть латинкою, а отже мають з англійцями спільну форму письма, коли ж українці на постійній основі використовують лише деякі з них, хоча можуть розуміти й використовувати їх під час спілкування англійською мовою.

Показники, зібрані під час опитування, вказують на те, що між скороченнями та аббревіаціями польська молодь надає перевагу останнім:

7. Czy częściej używasz skrótów (dziaa/dzięx) czy abrewiacje (dzk/thx)?

32 відповіді



Опитувані мали відповісти, який саме вид сленгізмів вони вживають частіше. У більшості випадків респонденти надавали перевагу аббревіаціям (68.8% відповідей), у той час як скорочення вказали лише 31.3% опитуваних.

Цікаво, що поляки загалом більше схиляються до сленгових аббревіацій, ніж українці. Аби це перевірити, достатньо зіставити список найпопулярніших виразів, до яких молодь з усього світу найчастіше створює аббревіації, та перевірити їх наявність у польському та українському молодіжному соціолекті:

Вираз	Українська	Польська
Добре	ОК (англ.)	ОК (англ.)
Сміюся	PТC (укр.); ЛОЛ (англ.)	LOL (англ.)
Кохаю	–	КС



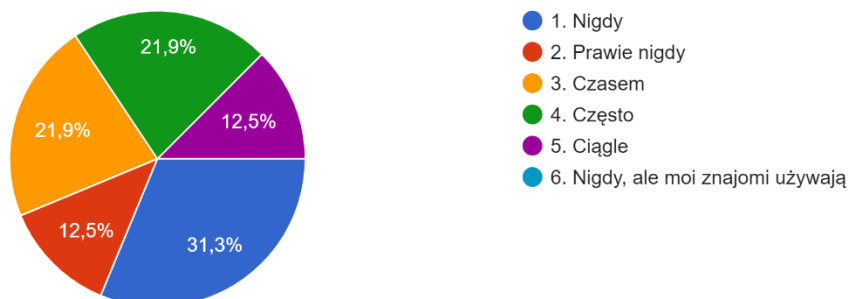
Зараз повернусь	–	ZW(пол.); BRB (англ.)
Як справи?	–	СТ (пол.)
Не знаю	ХЗ (укр.)	NWM (пол.)
О Боже	ОМГ (англ.)	OMG (англ.)
Дякую	–	DZK (пол.); THX (англ.)
До речі	ДР (укр.)	BTW (англ.)
Будь ласка	ПЛЗ (англ.)	PLS (англ.)
Узагалі	–	WGL (пол.)
Школа	–	SQL (пол.)

Яскраво видно, що до багатьох фраз українська молодь не має популярного акроніма, яким можна було би послуговуватись. Примітно, що польська молодь цю нестачу частіше за все компенсує запозиченням акронімів напряду з англійської. Як вже було згадано раніше, подібна практика мало поширена серед українців, адже транслітерація наявних у англійській мові аббревіацій кирилицею не є кращим рішенням у більшості випадках, зокрема через те, що це навпаки може спричинити плутанину в спілкуванні з іншими. Непорозуміння можуть виникати з приводу недостатнього поінформування щодо значення виразу, або ж просто у випадку збігу певної аббревіатури з іншою, ідентичною або дуже подібною, яка вже наявна в мові. Приклади такого існують і в польській мові, як от польський акронім *NWM* (*nie wiem* – не знаю), який дуже нагадує англійський *NVM* (*never mind* – найближчим українським аналогом буде слово *збий*), хоча варто зазначити, що польська молодь користується обидвома виразами, що яскраво демонструється результатами опитування.

Порівняймо відповіді на питання, що мали на меті визначити частоту вживання польською молоддю певних виразів, у цьому випадку *NVM* та *NWM*.

nvm (never mind)

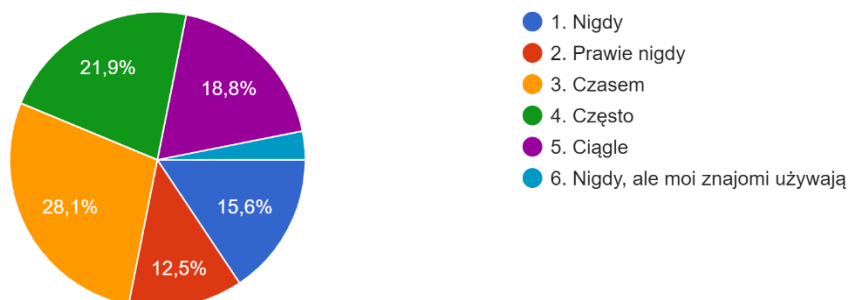
32 відповіді



У випадку англійської абрєвіації *NVM (never mind)* 31.3% зазначило, що ніколи не вживає її у мові, ще 12.5% майже ніколи не використовує цієї абрєвіації (загалом 43.8% негативних відповідей). Решта натомість застосовує цей вираз у мові часом (21.9%), часто (21.9%) та постійно (12.5%), загалом це 56.3%.

nwm (nie wiem)

32 відповіді



Польський же вираз *NWM (nie wiem)* отримав у загальному ліку 31.2% заперечних відповідей. 71.9% респондентів зазначили, що використовують його.

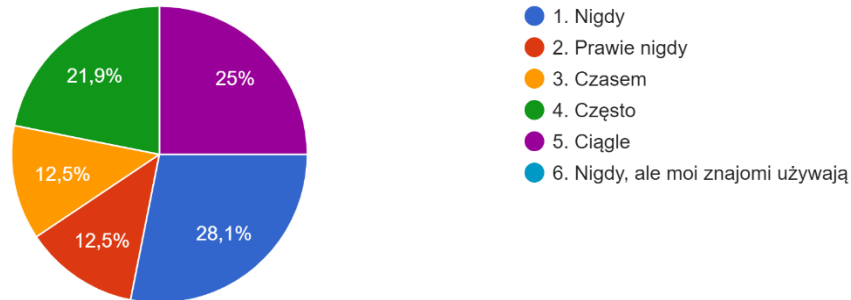
Якщо порівняти результати, то побачимо, що польський вираз *NWM* є дещо популярнішим (71.9% проти 56.3% ствердних відповідей). Якщо ж відкинути відповіді „часом”, то побачимо, що на постійній основі ці вирази вживає майже однакова кількість людей (40.7% та 34.4% відповідно).

Таким чином подібність абрєвіацій не сильно заважає польській молоді користуватися обидвома виразами одночасно.

Зацікавленість викликає також співвідношення частоти вживання польського *NWM* (*nie wiem*) з його прямим іноземним аналогом *IDK* (*I don't know*).

idk (I don't know - nie wiem)

32 відповіді



У випадку англійського *IDK* 40.6% опитаних заявили, що не вживають його ніколи або майже ніколи. Натомість користується цим виразом 59.6%, з них 46.9% часто чи постійно.

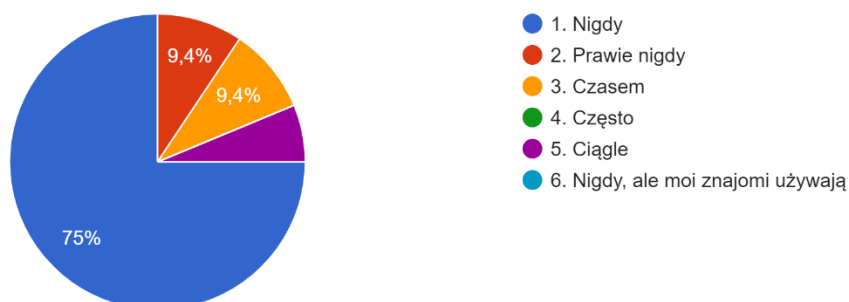
Хоча відсоток людей, які категорично не вживають *IDK* у розмові значно вищий, ніж у випадку *NWM*, інтерес представляє той факт, що за умови відкидання групи з нейтральною відповіддю „часом”, *IDK* може похвалитися більшою кількістю людей, що вживають його регулярно, ніж власне польське *NWM*.

Цікаво спостерігати за деякими випадками тенденцією вживання англійських аббревіацій замість питомих польських. Наприклад, як показало опитування, запозичений вираз *THX* є популярнішим, аніж польський *DZK*.

Останній демонструє широку непопулярність серед молоді, адже 75% опитуваних обрали варіант „ніколи” у питанні стосовно частоти вживання виразу *DZK*. Ще 9.4% вказали „майже ніколи”. Лише 6.3% вживають його постійно:

dzk (dzięki)

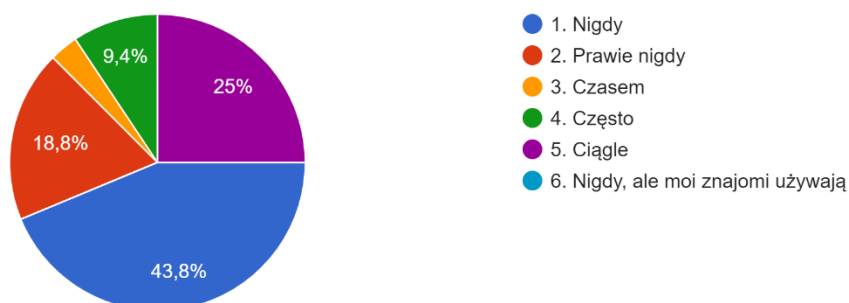
32 відповіді



Вираз *THX* зате користується більшим попитом, на що вказують наступні результати: 43.8% категорично ніколи не вживає виразу, ще 18.8% – майже ніколи (62.6%). Відсоток високий, однак кількість людей, що застосовують цю аббревіацію часто чи постійно набагато більша за показники польського аналогу: 9.4% та 25% відповідно.

thx (thanks)

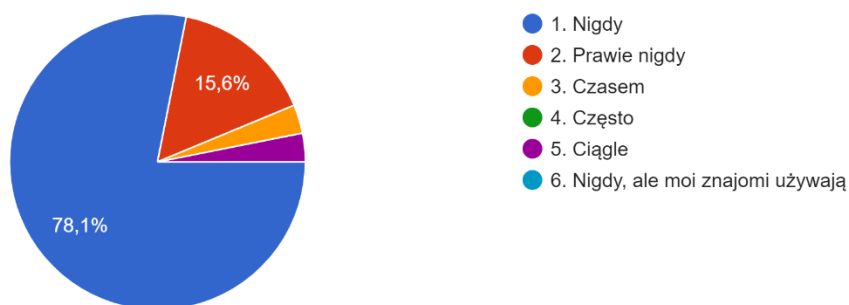
32 відповіді



До того ж, якщо порівняти результати запозиченого виразу та іншого польського аналогу (*dziaa/dzięx*), який утворений не аббревіацією, а шляхом скорочення, результат буде майже той самий: 78.1% категорично не вживає у розмові цього виразу, іще 15.6% ніколи його не вживає. Натомість лише 3.1% постійно застосовують це скорочення у розмові з однолітками.

dziaa/dzięx (dziękuję)

32 відповіді



Процес впровадження іноземних аббревіацій деяких виразів може бути доволі затяжним, оскільки, по-перше, не всі аббревіації однаково зручні у використанні в кириличній формі, бо можуть викликати цілком різнорідну реакцію та асоціації. Певне сполучення літер може бути більш-менш вільне від інтерференції інших потрактувань, як у випадку з *OK* та *ЛОЛ*. У той же час інші аббревіації мають суттєвішу тенденцію викликати в реципієнта зайві асоціації, які аж ніяк не сприяють взаєморозумінню між людьми. Візьмімо до прикладу англійський акронім до виразу *be right back* (зараз повернусь) – *BRB*. При запозиченні до українського сленгу та транслітерації виразу кирилицею може виникати незручність у його подальшому використанні, що пов'язана саме з асоціаціями, адже з точки зору українця вираз *БРБ* радше звучить, як аббревіація до слова „барабан”, аніж будь-що інше.

По-друге, для цього необхідний певний рівень ознайомленості з іноземною культурою. Що ширше коло людей ознайомлюється з чужою культурою та мовою, тим простіше словам з іншої мови закріплюватись в ужитку цих людей, позаяк їхнє використання викликає набагато менше питань та непорозумінь. Хоча на прикладі вже вище згаданих *ЛОЛ* та *OK* можна переконатися в тому, що точне розуміння дослівного перекладу в іноземній мові не відіграє аж такого суттєвого значення: не кожен розуміє, що акронім *ЛОЛ* походить від виразу *laughing out loud*, а ще менша кількість людей здатна похвалитися знанням історії походження так широко вживаного в усіх контекстах *OK*, що спершу виник як свідоме викривлення

правильного написання виразу *all correct* (все правильно) – *oll korrekt*. Утім, це не заважає людям послуговуватись цими виразами. Вони вже настільки влилися в мову молоді, що більшість людей підсвідомо розуміє їх сенс без жодної потреби у дослівному перекладі. Існує велика ймовірність того, що через декілька поколінь ці вирази сприйматимуться настільки ж українськими, наскільки будь-яке інше іншомовне запозичене слово, як, наприклад, слово *файно*.

У контексті запозичення англійського сленгу вартим уваги є ще той факт, що деякі представники суспільства можуть банально не приймати чужородні елементи: надмірне вживання англійської лексики може деким сприйматися, як вихвалання, а саму людину можуть вважати снобом. Утім, треба розуміти, що подібні прояви існують як серед українців, так і поляків, а також серед будь-яких інших народів.

Незважаючи на те, що український сленг має менше аббревіацій, молодь цілком компенсує це застосуванням скорочень або інших сленгових виразів, наприклад: *не хо* (тобто *не хочу*); популярне серед молоді скорочення *лю*, яке вживається замість повного слова *люблю* (можна згадати відому рекламу: “*Люкс, смак, який ти лю*”); уже згадані форми *дяка/дяк* замість *дякую*; жартівлива форма *буласка* замість *будь ласка*, а також добре відомий всім вираз *шо ти*, який може використовуватись в широкому колі контекстів та загалом є доволі універсальним: за допомогою нього можна поцікавитись у людини стосовно її справ, стану душі, готовності до чогось або ж просто привернути до себе увагу без заміру питати про щось конкретне (майже як у випадку англійського *what’s up*, яке найчастіше не передбачає реального питання та не потребує відповіді). Останній вираз може використовуватися як з позитивною, так і з негативною інтонацією, а в конфліктній ситуації може слугувати й своєрідним закликком до рішучості та дій. Поляки також користуються скороченнями, як от уже відоме нам слово *kochu* (*kocham* – кохаю), окрім вже повсюдного й загальноприйнятого *dzięki*, існують і сленгові скорочення до слова *dziękuję* – *dziaa* або *dzięx*.

Дуже цікавим випадком у контексті застосування сленгових скорочень є вживання форм займенників на кшталт *тя, ня, ми*, які власне в українській мові

існували ще здавна, але були витіснені повними займенниковими формами *тебе, мене, мені* тощо. Незважаючи на це, подібні скорочення й досі вживаються у деяких західноукраїнських діалектах, особливо на Лемківщині та Закарпатті, а з розвитком інтернету почали повертатися до мови ще у формі сленгу. Мотивація до використання цих форм все та ж: заощадження часу та енергії, зручність у написанні. Примітно, що польська мова зберегла як повні, так і скорочені займенники, та має ряд правил, які визначають необхідність використання одних або інших форм.

Окрім скорочення сленгових слів чи виразів існує й зворотній процес – подовження (утворення нових слів способом афіксації: префіксальним, суфіксальним або префіксально-суфіксальним), що відбувається за рахунок наявних у мові словотворчих засобів. Молодь часто вигадує подовження до сленгових слів з метою розширення контексту їхнього вживання, надання їм більш природньої, розмовної форми, особливо це стосується запозичених іноземних слів, або ж просто в межах розваги: *dziękowa* (від слова *dzięki* – дякую); *gituwa/gitowa* (*git* – запозичене з їдишу слово зі значенням *добре*) – чудово, супер. Коли певний вираз має корінь, що звучить подібно до інших польських слів, то подовження може відбуватися за рахунок надання вже наявному слову нового сленгового значення, візьмімо за приклад вище згадане *git*, що використовується як сленговий заміник слова *файно*, через подібне звучання поляки, окрім вже відомих нам форм *gituwa* та *gitowa* вживають в цьому ж значенні ще й слово *gitara*, яке отримало цілком нову конотацію.

У випадку українського сленгу популярним видом подовження слів є перетворення запозичених лексем у різні частини мови з використанням афіксів. Таким чином англійське слово *lurk* – чаїти, чигати, переховуватися, українізується та утворює сленгове дієслово *люркати* – робити щось приховано або відвідувати якесь місце без доведення факту власної присутності до відома інших. Подібних прикладів багато: *кастувати* – наводити чари (від англ. *to cast a spell*); *скінати* – пропускати (з англ. *to skip*); *лайтовий* – простий, легкий (англ. *light*); *чїлїти* –

відпочивати (англ. *to chill* – заспокоїтись, охолонути); *шерити* – поширювати, ширити (англ. *to share*); *зашеймити* – засудити, привселюдно осоромити (англ. *shame*); *кріново* – моторошно, страшно (англ. *creepy*); *дропнути* – кинути якусь справу; викинути щось з рук (англ. *to drop*), також має значення публікувати (наприклад, певний музичний запис). Окрім того є також приклади створення повністю взаємозамінних форм одного й того самого слова за допомогою подовження, як от: *гін* – вигадка, брехня, а також подовжений варіант цього ж іменника – *гониво*.

### 3.2. Морфологічно-синтаксичні способи формування сленгу в польській та українській мовах

У сленгу обидвох мов також має місце умисне викривлення слів задля надання їм більш комічної відтіні чи з метою пом'якшити значення. Наприклад, слово *кричу*, що вживається у якості реакції на щось смішне. У даному випадку воно часом вживається у завідомо неправильному написанні – *кречу*, що покликане вчергове підкреслити комічність ситуації. Або ж *kitku* (*kotku*); *placzku* (*placze/placze*).

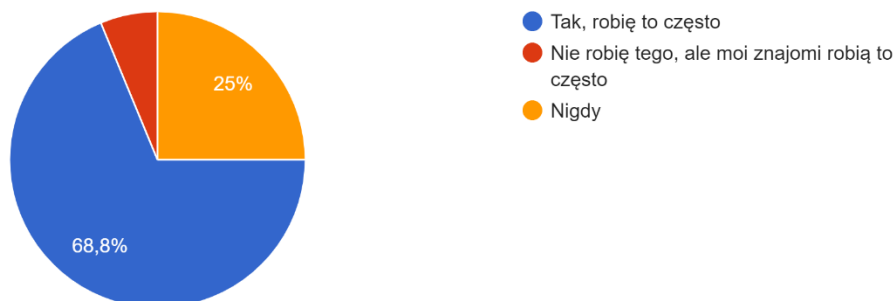
Цей спосіб формування сленгізмів є доволі популярним серед молоді, про що свідчать бодай результати опитування.

На питання „Чи часто ви свідомо викривляєте певні слова, щоб надати розмові комічного відтінку” 68.8% опитуваних відповіли ствердно, ще 6.3% зазначили, що цього не роблять, але спостерігають приклади цього явища серед свого оточення. Лише 25% відмітили, що ніколи не використовують таких методів у спілкуванні з іншими.



4. Czy często wykrzywisz pewne słowa/świadomie robisz błąd w słowie, żeby nadać rozmowie odcień komiczny?

32 відповіді



Це вказує на активність формування подібних соціолектних лексем подібним чином, що можна виділити в окремий спосіб словотвору, характерний саме для сучасного молодіжного соціолекту.

Дещо суміжним із викривленням слів явищем є застосування суржику в молодіжному сленгу. Це можуть бути „крилаті вирази” окремих відомих особистостей, закріплені в молодіжному лексиконі, або ж просто широко вживані суржикові слова, які так само використовують в розмові з метою надання ситуації комічного забарвлення. Зазвичай такі вирази поширюються через онлайн-жарти та меми. У подібний спосіб з’явилися такі вирази, як: „мені нравиця дивиться, як воно горить” (слова відомого в інтернеті „Полтавського палія”, що використовуються в сленгу у випадку, коли людина зловтішається хаосом та проблемами інших), або ж слово *ніт*, утворене з українізованого варіанту російського слова *нет*. Останнє можна зарахувати до окремої підгрупи сленгових виразів, званої як „азірівка”. Назва походить від прізвища колишнього прем’єр-міністра України Азарова, що окрім зрадницької політики негативно прославився ще й своїм низьким рівнем володіння української мови та знуцанням з її фонетики, саме його вустам належать вирази: „кравасісі” та „не треба скігліти”. Ці та інші фрази українці почали використовувати в контексті глузування та насмішок, а також коли існує потреба в іронізації. Згодом тренд підхопили й почали утворювати нові перекручені слова, залучаючи їх і далі до „азірівки”, так з’явилася

зокрема *бімба*, *тріль* та *ліл* (варіант сленгового слова *ЛОЛ*). Характерною рисою „азірівки” є надмірний вияв ікавізму, що також трапляється у випадках, коли людина з низьким рівнем володіння мовою й незнанням правил чергування звуків намагається імітувати українське звучання.

Окрім того, ще одним окремим жанром викривлених слів у сленгу, який набув поширення відносно нещодавно та розквітає саме у даний момент, є невдалі переклади. Ця група виразів так само пов’язана з війною, а власне з її інформаційною складовою, коли російські тролі намагаються розганяти українськими мережами неправдиву інформацію, аби спричинити масову паніку серед населення та докластися до деморалізації людей. Примітно, що більшість подібних спроб приречені провалитися ще на початках через недоладність перекладу, для якого типовими є величезна кількість помилок: усе той же надмірний ікавізм, неправильна відміна слів, а також плутанина, пов’язана з невдалим тлумаченням омонімів. Такі фрази, як: „*нідлога країни*” (пів країни – з рос. пол страны), „*пекельні борошна*” (пекельні муки – з рос. адские муки), „*бавовна*” (вибухи – з рос. хлопók, що часто використовується в ворожому інформаційному просторі на позначення вибухів) та „*розпові вчительке*” (розкажи вчительці) переповнюють український сегмент інтернету та зазвичай використовуються з метою іронізації.

Слід звернути увагу, що в молодіжному сленгу часто простежується суржик не лише в ряді спеціально викривлених слів, але й серед щоденних виразів, які не обов’язково несуть у собі комічне чи іронічне значення. Проявом цього є вживання сленгових слів, що існують також і в російській, без їхньої адаптації до фонетичної системи української мови. Людина часто може розмовляти літературною українською, але посеред українського речення вживати сленгове слово з іноземною вимовою: *тірятися* – змінювати місце перебування, іти звідкись; *двіж* – рух, події; *стрьомний* – страшний (те саме, що *кріповий*); *тін/тінок* – українською було би *тін*, *тінюк* (правило дев’ятки); *чел* – людина; а подекуди вживаються навіть і аббревіатури, що мали б зовсім інший набір літер в

українському варіанті: *ЧСВ – ПВЗ* перебільшення власної значущості (або ж *BBB* – відчуття власної величі) (Словник українського сленгу SlangZone). Хоча існують також слова, що збігаються із російськими за звучанням, та мають зусім різні значення, до прикладу: *загони* як певні звички чи неординарні погляди на життєві речі, є власне українським сленговим словом, значення якого сформувалося саме в українському середовищі (Словник українського сленгу SlangZone).

Проблема суржику в подібних масштабах у контексті порівняння з польською мовою, є унікальною для українських реалій, тому з подібної категорії в польському сленгу можна назвати хіба що запозичені англійські вирази, які не завжди адаптовані до польської вимови. Однак, подібний процес, пов'язаний з англійськими словами, має місце також і в Україні, і його важко порівняти із суржиком за масштабністю. Утім, польська молодь так само може займатися викривленням слів та створювати нову лексику комічного забарвлення: *kitku* (*kotku*), *placzku* (*placze*), *bieraj* (*bierz*), *nusima* (*no siema*).

Отже, при формуванні сленгізмів на сучасному етапі найчастіше застосовуються класичні способи словотвору:

- Афіксація, що включає в себе подовження за префіксальним, суфіксальним та префіксально-суфіксальними типами; а також скорочення (за безафіксним способом)
- Основоскладання, одним з підвидів якого виступає аббревіація.

Окрім найпоширеніших способів, перелічених вище, простежуються також сленгові слова, утворені за морфологічно-синтаксичним способом, що передбачає зміну словом частини мови. Із яскравих прикладів можна навести вже згадані в роботі *kozak* (*ale z ciebie kozak*, де слово виступає іменником; *kozak zdjęcie*, де воно приймає форму прикметника), а також *хз*, що пройшло через два ступені перетворення: спочатку було утворене в якості аббревіації присудкового слова *хтозна*, а згодом почало вживатися й у якості дієслова: *він хз* – він не знає.

Також не можна забувати про роль викривлення в утворенні нових сленгізмів, хоча й залічувати це явище до способів словотвору було б доволі

контroversійно, адже під викривлення підпадають вже сформовані через словотвір лексеми.

## ВИСНОВКИ

У цьому дослідженні проведений порівняльний аналіз польського та українського молодіжного соціолектів в різних його аспектах: основні джерела появи й розвитку; ставлення різних соціальних груп до сленгу та вплив явища на світобачення людей; сучасний стан польського й українського сленгу у взаємодії між собою, а також основні способи словотвору молодіжного соціолекту в обидвох мовах. З метою розкриття та порівняння цих аспектів було залучено різні методи та джерела, зокрема проведено власне анкетування, що мало на меті зібрати інформацію стосовно основних сленгових тенденцій.

У результаті проведено дослідження авторіві вдалося дійти наступних висновків.

Молодіжний сленг був та залишається однією з найбільш динамічних відмін мови, оскільки визначається характерними для мови молоді рисами: швидкоплинність трендів, творчість у формуванні нових виразів, активне використання популярних зарубіжних слів в якості запозичень, а також певна схильність до відмежованості від інших соціальних або вікових груп, що підтримує постійний розвиток сленгу. Він також зумовлений рядом факторів, що мають особливу актуальність в часи глобалізації: активний технологічний поступ людства; перенесення щоденної комунікації в режим онлайн; формування сприятливих умов для міжкультурного обміну інформацією; не слід недооцінювати й роль музики в поширенні й утворенні нових сленгізмів, адже, як показало опитування, хіп-хоп композиції особливо сильно цьому сприяють. Незважаючи на спільні фактори формування, відмінність різних культур у творенні нових молодіжних лексем та виразів дається взнаки, зокрема представники різних народів переживають певні глобальні події по-різному. Показовим є наявність великої кількості сленгізмів та новотворів, пов'язаних із коронавірусом в польській мові та порівняна відсутність таких в українській, або ж навпаки, факт появи в нашій мові широкого ряду нових лексем, пов'язаних з війною, з яких лише деякі присутні в польській мові.

Натомість ігровий сленг демонструє унікальний випадок консолідації сленгових виразів навіть в глобальних межах, на що вказує тенденція до використання гравцями різних культур одних і тих самих слів, що здебільшого аналогічні, адже корінь у різних мовах зберігається, й лише часом може несуттєво відрізнитися вимовою (яка залежить від фонетичної системи рідної мови гравця) або адаптуватися в систему окремої мови, приймаючи характерні для неї способи афіксації.

Власне польський та український сленг станом на зараз перебувають у тісному зв'язку, який спричинений збільшенням співпраці між країнами, а також чисельністю та частотою міжмовних контактів між носіями мов. Дедалі жвавіше між мовами відбувається процес запозичення слів, особливо зі сторони української молоді, яка активно вивчає польську мову та знайомиться з культурою, а отже, знаходить у ній певні вирази, які резонують з їхніми поглядами та приковують увагу. Тенденція до зворотнього запозичення українських сленгізмів поляками набагато менша. Існує велика вірогідність того, що в майбутньому взаємовплив двох мов лише посилиться, адже обидві мови мають великий відсоток спільної лексики за рахунок їхньої спорідненості, що вказує на можливість швидкої адаптації й перенесення цікавих новотворів, сформованих в межах однієї мови, на ґрунт іншої.

Саме явище сленгу в обидвох мовах є доволі контроверсійним, адже суспільство поділяється на два основних табори: ті, що вбачають у ньому загрозу та виклик літературній нормі та ті, які вважають це поштовхом до подальшого мовного розвитку. Перші особливо не люблять молодіжний соціолект за його відверту, часом навіть вульгарну природу. Проте молодь сприймає відвертість як чесний та ефективний спосіб виказати свої думки. Спроцується й етикет спілкування з незнайомцями, зокрема в інтернеті, де довге й офіційне оформлення повідомлень асоціюється з холодною формальністю, а відкидання формальних звертань сприймається молодим поколінням як прояв взаємоповаги, привітливості та рівності.

Загалом соціолект служить способом креативного та експресивного мовлення, яке не застосовується під час офіційного спілкування. Хоча існує популярна думка, що соціолект першочергово слугує способом відокремитися від небажаної категорії людей, основним його принципом є об'єднання людей спільного віку та інтересів задля поліпшення якості спілкування й зміцнення контакту, що опиралося б на спільні мовні тенденції.

Цікавість викликає потрактування молодіжного соціолекту польською мовозавчою спільнотою: явище розглядається нейтрально, без осуду. Польські вчені розуміють важливість сленгу як сходинки до подальшого розвитку мови й часто досліджують його з великою увагою. Також впроваджені різноманітні способи підтримки молодіжних ініціатив, спрямованих на утворення й застосування нових слів та виразів, в якості інструменту збагачення мови: щорічно проводиться плебісцит молодіжного слова року, хід та результати якого освітлюються не лише на відповідних форумах чи групах, а навіть у засобах масової інформації. Примітно, що українська молодь останніми роками виражає неабияку зацікавленість у формуванні власного пласту слів, унікального та відмінного від інших мов (особливо російської), який би застосовував при формуванні внутрішній, питомий словотворчий ресурс. Саме тому польський досвід популяризації подібних молодіжних трендів становить великий інтерес для українського суспільства й потенційно може принести велику користь для розвитку української мови.

Під час виконання роботи немало уваги були присвячено дослідженню основних способів словотворення сучасних сленгізмів. У результаті виявлено, що більшість новотворів виникає способами афіксації та основокладання. Було визначено, що з-поміж скорочень та аббревіцій (або акронімів), польська молодь частіше використовує аббревіції (що є одним із підвидів основокладання). Натомість у багатьох випадках, коли поляки використовують аббревіацію, українці схильні до вживання скорочень (безафіксний спосіб, що є підвидом афіксації). Одним із факторів цього виступає збільшена тенденція до запозичення аббревіцій з англійської мови до польської через наявність спільного виду письма – латинки.

Українська ж молодь застосовує лише окремі, давно закріплені англійські аббревіації, проте виражає значно менше бажання переймати іноземні акроніми, переважно через складнощі, які пов'язані з адаптацією їх до кириличної форми письма. Окрім вище згаданих поширених способів словотвору великий потенціал демонструє морфологічно-синтакстичний спосіб, який дозволяє змінити частину мови окремого слова й розширити контекст його вживання. Також доволі популярним є спосіб викривлення слів, який полягає у свідомо хибному написанні лексем задля надання їм комічного забарвлення. Такі форми слів згодом перетворюються на окрему лексему з власним асоціативним рядом та значенням.

Загалом можна ствердити, що молодіжний соціолект є явищем більшим, ніж просте неформальне мовлення. Сленг несе великий потенціал, адже формує тенденції до майбутнього розвитку мов. Незважаючи на це, дана тема надалі на подив рідко виступає об'єктом наукових досліджень у порівнянні з іншими аспектами мови. Утім, важливість дослідження сленгу усе частіше визнається, а тому можна спрогнозувати, що в майбутньому зацікавленість сленгом як об'єктом лінгвістичних досліджень зросте. Тоді матеріали та висновки цього дослідження можуть стати ґрунтом для розширеного вивчення такого різностороннього та вагомого явища як сленг.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Александрова О. В. (2014) Молодіжний соціолект як лінгвістичний феномен (до питання термінологічного визначення поняття); Науковий вісник ПНПУ ім. Ушинського. Лінгвіст. науки. 2014, 3-10.

Борис Д. П. (2015) Визначення сленгу у вітчизняній та зарубіжній термінологічних традиціях; Київський національний лінгвістичний університет, 2015, 72-83.

Вільний тлумачний словник. Тітушка. Відтворено з <http://sum.in.ua/f/titushka>

Ганич Д. І. (1985) Словник лінгвістичних термінів; К.: „Вища школа”, 360 с.

Грабовий П. М. (2010) Когнітивні параметри українського молодіжного сленгу; Київський національний університет імені Т. Г. Шевченка, 34-38.

Кочерган М. П. (2010) Загальне мовознавство; 3-є видання; Київ, видавничий центр „Академія”, 2010 р, 463 с.

Любов Струганець (2011) Диференційні ознаки норми літературної мови; Культура слова №74, 34-43.

Мартос С. А. (2006) Молодіжний сленг у мовленнєвій структурі м. Херсона; Луганський національний педагогічний університет імені Т. Г. Шевченка, 20 с.

Мосенкіс Ю. Л. (2008) Феномен українського молодіжного сленгу (сутність, розвиток, контакти), 220 с.

Словник українського сленгу SlangZone. Відтворено з <https://www.slangzone.net/>

Швейцер А. Д., Никольский Л. Б. (1978) Введение в социолингвистику, 216 с.

Щур І. І. (2006) Українськомовний комп'ютерний сленг: формування і функціонування; Київський національний університет імені Т. Г. Шевченка, 20 с.

Яна Франчук (2020) Польський інтернет-сленг: що означає „nw”, „zw” та „idk”. Відтворено з <https://uainkrakow.pl>

Aleksander Wilkoń (2000) Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny; Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.

Anna Wileczek (2014a) Gry (nie)dosłownością w socjolekcie młodzieżowym; Uniwersytet Jana Kochanowskiego, Kielce, 153-164.

Anna Wileczek (2014b) Oburzeni, znudzeni, z(a)wiedzeni...: semantyka buntu w socjolekcie młodzieżowym; Socjolingwistyka 28, 225-238.

Anna Wileczek (2021) Współczesna młodomowa : Lingwistyczno-kulturowe konceptualizacje zjawiska, Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio N, Educatio Nova, 185-206.

Bartek Chaciński (2014) Jak się komunikujemy w internecie? Відтворено з <https://www.polityka.pl/jamyoni/1594493,1,jak-sie-komunikujemy-w-internecie.read>

Bartol D. (1972) Gwara studencka; Poradnik Językowy, 28-29.

Bartosz Graczyk (2021). Відтворено з Słownik gracza (1) <https://biuroprasowe.orange.pl/blog/slowniczek-gracza/>

Beata Wrona (2014) Język i styl młodego pokolenia w kontekście przemian kulturowych (na przykładzie dyskursu na forach internetowych). Praca doktorska. Katowice; Uniwersytet Śląski.

Collins Dictionary. Відтворено з <https://www.collinsdictionary.com/>

Jan Grzenia (2005) Gwara a żargon; Słownik Języka Polskiego; Poradnia Językowa. Відтворено з <https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/gwara-a-zargon;6208.html>

Kapela Ewa (2009) Język młodzieży w prasie (na materiale polskich i rosyjskich czasopism młodzieżowych). W: M. Nadel'-Cervin'ska, A. Zyh (red.), "Leksika podstandarta. T. 2, Sovremennye zargony i ih opisanie". Katowice; Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 69-80.

Krzysztof Rapp (2001) Młodzi Polacy zastępują polszczyznę własnym kodem językowym. Відтворено з <https://www.wprost.pl/tygodnik/11059/mlodomowa.html>

Magdalena Bartłomiejczuk (2008) The Influence of English on the Language of Young Poles as Manifest in Recent Hip-hop lyrics; Linguistica Silesiana, 175-186.

Małgorzata Świącicka (2006) *Język młodzieży w kontekście społeczno-kulturowym na przełomie XX i XXI wieku*, W: *Przemiany języka na tle przemian współczesnej kultury*, red. K. Ożóg. Rzeszów, 160-170.

Marek Kępa (2015) *A Short Glossary of Polish Urban Slang*. Відтворено з <https://culture.pl/en/article/a-short-glossary-of-polish-urban-slang>

Marta Nicgorska (2018) *Dissują, prankują i ogarniają. Czyli co się odjaniepawła w młodzieżowym slangu*. Відтворено з <https://nauka.trojmiasto.pl/Dissuja-prankuja-i-ogarniaja-Czyli-co-sie-odjaniepawla-w-mlodziejowym-slangu-n120041.html>

Miejski słownik slangu i gwary potocznej. Відтворено з [https://www.miejski.pl/OnlineEtymologyDictionary.Slang](https://www.miejski.pl/OnlineEtymologyDictionary/Slang). Відтворено з <https://www.etymonline.com/word/slang>

Plebiscyt PWN Młodzieżowe Słowo Roku. Słownik PWN. Відтворено з <https://sjp.pwn.pl/mlodziejowe-slowo-roku/b-Plebiscyt-PWN-Mlodziejowe-Slowo-Roku-b;202298.html>

Renita Krisdayanti Situmorang, Herman (2021) *An analysis of slang language styles used in Charlie's Angels movie*; English Education Department, Universitas HKBP Nommensen, 21-29.

„Rosyjska prowokacja blisko polskiej granicy. Gen. Polko: To nie przypadek” (2023). Tvp.info. Відтворено з <https://www.tvp.info/66288448/gen-roman-polko-o-prowokacji-rosji-na-granicy-z-polska-to-nie-przypadek-putin-jest-wsciekly>

Słownik języka polskiego. Відтворено з <https://sjp.pl/>

Słownik PWN. Відтворено з <https://sjp.pwn.pl/>

Spears R.A. (1981) *Slang and Euphemism*. Oxford: Jonathan David Publishers, Inc, 448 c.

Jaros Violetta (2013) *Sposoby pomnażania leksyki socjolektalnej w języku użytkowników CB-radia (neologizmy strukturalne)*; *Słowotwórstwo w różnych odmianach języka*, red. E. Badyda, J. Maćkiewicz, E. Rogowska-Cybulska; Gdańsk, 61-77.

„Ukraińcy popularyzują nowe słowo – „makronić”. Co oznacza?” (2022). Tysol.pl.  
Відтворено з <https://www.tysol.pl/a81517-ukraincy-popularyzuja-nowe-slowo-makronic-co-oznacza>

Wielki słownik języka polskiego. Відтворено з <https://wsjp.pl/#>

Zgółkowa Halina (2004) Nowy słownik gwary uczniowskiej, Wrocław, 432 c.

## RESUME

To badanie poświęcone jest gwarze młodzieżowej w kontekście porównania zjawiska w języku polskim oraz ukraińskim. Zasadniczym celem pracy jest przeanalizowanie slangowych tendencji rozwoju, jego stanu potocznego, wpływu na światopogląd młodzieży oraz głównych podstaw powstania nowych wyrazów socjolektowych.

W tym celu zostały wykorzystane różne źródła: badania naukowe, czasopisma, słowniki, a także ankietowanie za pomocą Google Forms, w którym rodzimi użytkownicy języka polskiego mieli możliwość odpowiedzieć na pytania, dotyczące socjolektów, ukazać własne myśli co do zjawiska czy poszczególnych rodzajów wyrazów slangowych. To z kolei pozwoliło zrobić obliczenia statystyczne, które zostały wykorzystane w tej pracy dyplomowej.

Podczas prowadzenia badania udało się:

- 1) sprecyzować różnicę między podstawowymi terminami, a także wyznaczyć porządek użycia pewnych terminów w owym badaniu;
- 2) przeanalizować źródła i główne tendencje współczesnego rozwoju oraz potoczny stan socjolektów młodzieżowych w języku polskim i ukraińskim;
- 3) zbadać nastawienie polskiego i ukraińskiego społeczeństwa do zjawiska socjolektu, odnaleźć wspólne i odmienne cechy;
- 4) wyznaczyć główne sposoby słotwórstwa współczesnej gwary młodzieżowej w języku polskim i ukraińskim.

Z tego wszystkiego można zrobić następne wnioski.

Słownictwo młodzieżowe w obu językach jest w ścisłym związku, a proces wymiany słów wzrasta ze względu na zwiększoną współpracę między krajami oraz częstotliwość kontaktów między użytkownikami tych języków. Socjolekt służy sposobem kreatywnego i ekspresywnego wyrażania się. Chociaż istnieje popularne przekonanie, iż socjolekt jest potrzebny głównie do separacji, jego głównym celem jest jednoczenie osób o wspólnym wieku i zainteresowaniach. Młodzież ułatwia sobie

rozmowę, odrzucając formalność podczas komunikacji, gdyż rezygnacja z formalnych zwrotów jest postrzegana przez młode pokolenie jako wyraz wzajemnego szacunku i równości.

Slang jest charakteryzowany szybką zmianą trendów, kreatywnym tworzeniem nowych wyrażeń oraz aktywnym korzystaniem z zagranicznych słów jako zapożyczeń. Różnica kulturowa oraz wyrażenia globalne, jak pandemia czy wojna, znajdują odzwierciedlenie w młodzieżowym słownictwie. Wpływ muzyki, zwłaszcza hip-hopu, na kształtowanie slangu jest również istotny. Z kolei slang używany w grach komputerowych stanowi unikalny przykład konsolidacji wyrażeń slangowych na poziomie globalnym, albowiem obserwowane są tendencje do stosowania tych samych słów przez graczy o różnym tle kulturowym.

Polski model popularyzacji młodzieżowych trendów językowych może okazać wielką korzyść i przyczynić się do rozwoju języka ukraińskiego, jeśli adaptować i wykorzystać to doświadczenie w ukraińskiej rzeczywistości.

Obie grupy młodzieży stosują różne metody tworzenia nowych słów, ale każda ma własne tendencje: polska młodzież jest bardziej skłonna do używania abrewiacji (składanie wyrazów), podczas gdy ukraińska młodzież preferuje skróty (rodzaj afiksacji). Oprócz tych powszechnie stosowanych metod tworzenia nowych słów, duży potencjał wykazuje metod morfologiczno-syntaktyczny. Również popularną praktyką jest celowe zniekształcanie słów z celem nadania im kontekstu komediowego. Te zmodyfikowane formy słów stają się później odrębnymi leksemami z własnym znaczeniem i skojarzeniami.

Slang posiada duży potencjał, ponieważ kształtuje kierunki rozwoju języka. Wyniki tego badania mogą stanowić podstawę do innych analiz tak złożonego i znaczącego zjawiska jak slang zarówno, jak w języku polskim tak i ukraińskim.