

Хмельницький національний університет
Гуманітарно-педагогічний факультет
Кафедра слов'янської філології

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Магістр

Галузь знань 03 Гуманітарні науки
Спеціальність 035 Філологія
Спеціалізація 035.033 Слов'янські мови і літератури (переклад включно),
перша – польська

на тему: Сленгова лексика в сучасному польському медіапросторі

Шифр КРФПРм.021122.16.12.00

студентки II курсу групи ФПРм-21-1 _____ Віти ТОНКОШКУРИ

Підпис, дата

Керівник _____ Неля ПОДЛЕВСЬКА

Підпис, дата

До захисту допускаю:

Завкафедри слов'янської філології _____ Неля ПОДЛЕВСЬКА

Підпис, дата

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет	гуманітарно-педагогічний
Кафедра	слов'янської філології
Освітній рівень	магістр
Галузь знань	03 Гуманітарні науки
Спеціальність	035 Філологія
Спеціалізація	Слов'янські мови і літератури (переклад включно), перша – польська
Освітня програма	освітньо-професійна

„ЗАТВЕРДЖУЮ”

Завідувач кафедри слов'янської філології

_____ (Неля ПОДЛЕВСЬКА)

19 жовтня 2022 року

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу

ТОНКОШКУРІ ВІТІ СЕРГІЙВНІ

1. Тема роботи «Сленгова лексика в сучасному польському медіапросторі», затверджена на засіданні кафедри слов'янської філології 11 червня 2021 р, протокол 11.

2. Термін подачі здобувачем вищої освіти завершеної роботи – грудень 2022 року.

3. Вихідні дані роботи:

Кожна мова, в даному випадку польська, постійно змінюється, динамічна і пластична. Оскільки процес творення сленгізмів безперервний, то ця тема завжди буде **актуальною**, про що свідчать сотні наукових праць на тему сленгізмів, запозичені слова, неологізми.

Особливий інтерес викликає вивчення польської мови підростаючим поколінням, оскільки сьгоднішні підлітки, захоплені електронними інтерактивними засобами масової інформації, незабаром будуть творити мовно-стилістичні норми.

Молодь використовує сленг, щоб зробити повідомлення більш завуальованим, щоб, за їхніми власними словами, сторонні не розуміли сенс розмови. Це своєрідний бунт проти тих груп, які намагаються певною мірою стримувати або навіть домінувати в молодіжному середовищі - тобто батьків, вчителів тощо.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік підлеглих розробці питань):

- ідентифікувати терміни "сленг", "жаргон", "арго", "соціолект" та визначити, що таке молодіжний сленг;
- проаналізувати витоки та масштаби використання молодіжного сленгу, його основні ознаки та скласти класифікацію молодіжного сленгу;
- на основі контент-аналізу (літературних творів, словників) визначити, які сленгізми є найчастіше зустрічаються в сучасній польській мові;
- здійснити структурно-семантичний аналіз окремих сленгових одиниць;
- визначити поняття семантичного поля та виділити основні лексико-семантичні поля молодіжного сленгу;

5. Графічний матеріал – діаграми (діаграма 3.1, діаграма 3.2) та таблиці (таблиця 1.1, таблиця 2.1).

7. Дата видачі завдання – 19 жовтня 2021 року

6. Консультанти по роботі із вказівкою розділів, які їх стосуються			
Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання отримав
	НЕМАЄ		

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН			
№ з/ч	Найменування етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Обрання теми дипломної роботи	Вересень 2021 року	
2.	Опрацювання наукової літератури з теми дослідження	Вересень-жовтень 2021 року	
3.	Збирання матеріалу, його первинна наукова інтерпретація	Вересень–листопад 2021 року	
4.	Написання першого розділу дипломної роботи	Грудень 2021 – березень 2022 року	
5.	Апробування результатів дослідження шляхом здійснення публікації в збірнику наукових праць та участі в конференціях	Жовтень 2020 року – листопад 2021 року	
6.	Написання другого розділу дипломної роботи	Квітень – червень 2022 року	
7.	Написання третього розділу дипломної роботи	Вересень – листопад 2022 року	
9.	Написання «чорнового варіанту» дипломної роботи	До грудня 2022 року	
10.	Попередній захист дипломної роботи	5 грудня 2022 року	
11.	Остаточне завершення дипломної роботи	Грудень 2022 року	
12.	Подача дипломної роботи на кафедру і її захист	Грудень 2022 року	

Магістрант _____

Віта ТОНКОШКУРА

Керівник роботи _____

Неля ПОДЛЕВСЬКА

Анотація

Тема роботи: «Сленгова лексика в сучасному польському медіапросторі»»

Автор – Тонкошкура В.С.

Науковий керівник – Подлевська Н. В.

Обсяг кваліфікаційної роботи – 68 сторінок основного тексту.

Робота містить 81 джерело посилань.

Ключові слова: *сленгова лексика, сленг, соціолект, медіаповідомлення, медіапростір, семантичний аналіз, деривація, словотвір, прийоми перекладу, перекладацькі трансформації.*

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню функціонування сленгу в сучасних польських медіах та аналізу способів перекладу сленгових лексичних одиниць.

Потреба вивчення та охарактеризування сучасних сленгізмів, що окреслюють нові явища культури та суспільного життя Польщі з метою аналізу структури лексичного складу польського сленгу та проведення паралелей з українськими відповідниками зумовлює актуальність теми дипломної роботи, яка полягає в потребі детального вивчення сленгової лексики та окреслення меж її функціонування.

Меті підпорядковується вирішення завдань: визначити зміст поняття сленг та схарактеризувати його особливості; проаналізувати джерела та сферу вживання молодіжного сленгу, його основні ознаки та скласти класифікацію молодіжного сленгу; охарактеризувати особливості функціонування сленгових лексем в польських медіа; викоремити та систематизувати причини використання сленгових утворень; виділити сленг в сучасних медійних текстах та проаналізувати їх в структурному, семантичному та функціональному аспектах; визначити шляхи та проблеми перекладу сленгу польської молоді та їх переклади українською мовою.

Об'єктом дослідження є функціонування сленгу в медійних текстах. Предмет – словотвірні та функціональні характеристики новотворів та сленгу в медійних текстах. Матеріалом дослідження є сленгові лексеми на Інтернет-форумах, соціальних порталах, в вибраних друкованих матеріалах.

У процесі дослідження встановлено, що лексичний склад польського сленгу постійно доповнюються новими виразами, внаслідок чого постійно оновлюється мова молоді в медіах. Тенденції, які було виокремлено в роботі, призводять до все більшого впливу сленгу на зміст медіаповідомлення та на отримувача цього комунікату.

Переклад сленгових лексем досить затребуваний не тільки серед молоді, але й серед звичайних користувачів Інтернету, які через щораз більше збагачення комунікатів сленговими одиницями, прагнуть до цілковитого зрозуміння інформації.

Перспективу дослідження вбачаємо в детальній характеристиці англомовних запозичень та опису їх перекладу.

Автор _____

підпис автора і дата подання роботи до захисту

ЗМІСТ

Вступ.....	6
1.Сленг як спосіб поповнення лексичного складу польськомовного медіапростору	10
1.1 Трансформації в сучасній польській мові в контексті культурних змін.....	10
1.2 Зміст і характерні риси поняття „сленг”. Диференціація сленгу з-поміж інших соціолектів (на прикладі арго та жаргону)	15
1.3 Сленг у польськомовному медіапросторі: причини зростання популярності.....	21
1.4 Особливості функціонування польського сленгу.....	23
2. Структурно-семантичні особливості сленгових лексем	31
2.1 Напрямки семантичного розвитку сленгу	31
2.2 Словотвірний аналіз сленгової лексики	36
2.3 Характеристика сленгізмів на основі вибраних інтернет форумів.....	46
3. Перекладацький аналіз сленгової лексики.....	54
3.1 Способи перекладу лексичних одиниць сленгу.....	54
3.2 Перекладацькі труднощі в процесі сленгових трансформацій	67
Висновки.....	69
Перелік джерел посилання.....	74

ВСТУП

Останнім часом мовознавці все активніше обговорюють питання активного розвитку мовної системи у зв'язку з інформаційними, ідеологічними та інформаційними змінами в суспільстві. Такі періоди визнаються вченими поштовхом для розвитку відповідних мовних систем. В польській мові на зміну нормативного стандарту та літературної мови приходять жива мова та мова масових засобів інформації.

Більшу частину складу лексики польських медіа становлять сленгізми. З кожним днем серед сленгової лексики з'являються все нові мовні одиниці, джерелом яких є електронна комунікація.

Актуальність кваліфікаційної роботи зумовлена збільшення сленгової лексики в польських медіа ресурсах та малою кількістю напрацювань, статей та книг із цієї тематики. Дана робота слугує вирішенню проблеми визначення, сутності та основних відмінних рис досліджуваного явища. Друге, що обґрунтовує актуальність даного дослідження - це переклад сленгізмів з польської мови на українську. А саме, вивчення сучасного сленгу в польській мові становить особливий інтерес для професійних перекладачів, викладачів, людей, які цікавляться польською мовою, готові до повного розуміння сучасної, не завжди літературної мови, яка пронизує повсякденне життя та польські засоби масової інформації і літературу. Але найбільший інтерес до молодіжного сленгу польською мовою виявляє українська молодь, яка переїжджає до Польщі на навчання або роботу.

Сленгові одиниці завжди будуть об'єктом інтересу для лінгвістів та перекладознавці. Це можна пояснити тим, що сленг привертає увагу дослідників своєю метафоричністю, експресивністю та здатністю нести в собі функціональне навантаження за рахунок використання стилістично

"знижених" лексичних одиниць. Сленг використовується виключно в стилістичних цілях, а саме для створення ефекту новизни, унікальності, відмінності від відомих зразків, передання певного настрою та намірів оповідача, надання експресії, конкретності, точності, лаконічності, образності. Сьогодні сленг можна вважати невід'ємною частиною соціокультурної сфери та одним з найбільш актуальних і цікавих об'єктів для дослідження в семантиці, лексикології та перекладознавстві.

З точки зору теорії перекладу, своєчасність роботи обумовлена тим, що зростає потреба в більш детальних дослідженнях перекладу сленгових одиниць з метою передачі функціонального навантаження при перекладі художніх творів.

Мета роботи - дослідити особливості функціонування сленгової лексики в різних видах польських медіа, а саме визначити вплив молодіжного сленгу на споживача, а також проаналізувати використання власне розмовних слів у медіа ресурсах.

Виходячи з поставленої мети передбачається вирішити наступні **завдання:**

1. Дати визначення поняття сленг та схарактеризувати його особливості.
2. Проаналізувати витоки та сферу вживання молодіжного сленгу, його основні ознаки та скласти класифікацію молодіжного сленгу;
3. Охарактеризувати особливості функціонування сленгових лексем в польських медіа.
4. Викоремити та систематизувати причини використання сленгових утворень
5. Виокремити сленг в сучасних медійних текстах та проаналізувати їх в структурному, семантичному та функціональному аспектах
6. визначити шляхи та проблеми перекладу сленгу польської молоді та їх переклади українською мовою

Об'єкт дослідження – сленг в медійних текстах.

Предмет дослідження – словотвірні та функціональні характеристики новотворів та сленгу у медійних текстах.

Джерельною базою для дослідження стали Словник сучасного українського сленгу, Słownik języka polskiego, Słownik gwary uczniowskiej та Słownik polskiego slangu.

Методи дослідження. З урахуванням поставлених завдань у роботі застосовувалися такі лінгвістичні методи і прийоми: *описовий* - для інвентаризації та систематизації сленгових лексем; *семантичний аналіз* – для аналізу смислового значення сленгізмів; *словотвірний та дистрибутивний аналіз* - для з'ясування структури слова з точки зору сучасної словотвірної системи та його оточення; *контекстуальний аналіз* – для визначення лінгвальних та позалінгвальних особливостей лексем; кількісний аналіз – для встановлення частотності вживання сленгу у медіатекстах.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що зроблено спробу розглянути сленгову лексику з точки зору її семантичних та словотворчих параметрів та проаналізувати функціонування сленгу в сучасному польському медіапросторі.

Теоретичне значення результатів дослідження полягає у систематизації інформації щодо використання не літературної лексики в польських медіа. У роботі наведено широкий спектр можливостей використання сленгу в певних контекстах.

Практичне значення. Отриманні дані можна використовувати при створенні словників з мови польського сленгу, тематичних підручників та подібної літератури.

Апробація результатів роботи. Основні положення кваліфікаційної роботи заслуховувались на конференціях та семінарах:

- Загальноуніверситетській звітно-науковій конференції Хмельницького національного університету, тема доповіді “Медіа як сучасний засіб викладання польської мови” (Хмельницький 2022);

- Всеукраїнській науковій інтернет-конференції “Лінгвістичні студії молодих дослідників, тема доповіді “Медіа як сучасний засіб мовної освіти” (Рівне 2021);

- VI міжрегіональному науково-практичному семінарі “Теоретичні та прикладні проблеми сучасної філології”, тема доповіді “Польські медіа як засіб філологічних досліджень” (Умань 2022);

- Всеукраїнському науково-методичному семінарі “Полоністика на Поділлі”, тема доповіді “Медіа як сучасний засіб вивчення польської мови українцями” (Хмельницький 2022);

і викладені у статтях:

- “Сленг у польських рекламних текстах”, надрукованій у збірнику наукових праць “Славістичні студії: лінгвістика, літературознавство, дидактика” (Хмельницький 2022)

- “Семантична характеристика англіцизмів в сучасному польському сленгу” у друці у збірнику наукових праць “Славістичні студії: лінгвістика, літературознавство, дидактика” (Хмельницький 2022)

Структура. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та переліку джерел посилання (81 позиція).

1.СЛЕНГ ЯК СПОСІБ ПОПОВНЕННЯ ЛЕКСИЧНОГО СКЛАДУ ПОЛЬСЬКОГО МЕДІАПРОСТОРУ

1.1 Трансформації в сучасній польській мові в контексті культурних змін

Особливо важливим чинником цих перетворень вказано розвиток масової культури та Інтернету. Розвиток інформаційних технологій відкрив нові шляхи досліджень, дав поштовх для спостереження та аналізу мовних явищ у нечуваних раніше масштабах. Стрімкі соціальні та культурні зміни у світі та в Польщі знаходять своє відображення як у мові, так і, насамперед, у способах її використання у нових формах комунікації. Про трансформації в сучасній польській мові написано чимало, як на системному рівні (граматика і лексика), так і на рівні окремих жанрів і стильових різновидів.

Мовні зміни впродовж століть незмінно мали два виміри - внутрішній (системний) і зовнішній (культурний). Перший вимір - це повільні, але стійкі і досить рівномірні зміни, спричинені структурними залежностями, самим розташуванням елементів у мові, прагненням до економії та вдосконалення окремих компонентів мови - фонетичних, морфологічних, лексичних, семантичних чи граматичних правил. Другий вимір, який домінує в сучасних змінах, - це зміни, спричинені зовнішньою залежністю, своєрідний поштовх реальності. Це іноді різкі трансформації подібні до стрімких якісних стрибків. Такі зміни пояснюються тим, що мова, як найдосконаліша знакова система, функціонуючи в комунікативних спільнотах, нерозривно пов'язана з життям кожної спільноти і відображає всі моральні, економічні, культурні, особливо політичні, зміни. Такі зміни можна віднотувати в польській мові останніх десятиліть.

Те, що відбулося в Польщі з 1989 року, повною мірою заслуговує на те, щоб називатися історичними змінами, епохальними подіями. На хвилі

політичних, економічних, соціальних і культурних перетворень рідна мова зазнала значних змін. За оцінками багатьох дослідників наразі польська мова переживає найбільші зміни за всю свою історію. Ці зміни особливо відчуває середнє і старше покоління поляків, всі ті, хто виріс у ХХ столітті. Вирросло наймолодше покоління, яке вже виховується новою польською мовою.

Причини останніх змін у польській мові складні і багатогранні. Це насамперед зовнішні чинники. На основний причинний фактор, який полягав у зміні тоталітарного режиму, за якого мова також підлягала посиленому контролю, на демократичний, наклалися економічні, соціальні, політичні та особливо культурні причини. Сучасні зміни в культурі такі радикальні що людина з перелому ХХ- ХХІ століття може бути переконана щодо винятковості культури епохи, в якій живе.

Нова якість польської мови після політичного прориву 1989 року зумовлена, головним чином, факторами позамовного характеру. Внутрішня еволюція мовної системи відіграє в цих змінах абсолютно маргінальну роль. Величезний тиск нової реальності на мову можна спостерігати у двох аспектах.

По-перше, новий стан польської мови зумовлений політичними, економічними та соціальними змінами, що відбуваються останнім часом у державі. Ці зміни більш-менш переважали до середини 1990-х років, коли поляки повинні були реорганізуватися в демократичну державу. Вони були дуже жорстокі для мови. Докорінно змінилася як офіційна, так і розмовна польська мова, тому що в нових умовах демократичної держави та ринкової економіки поляки почали по-іншому говорити про суспільні та побутові справи. За відносно короткий проміжок часу необхідно було назвати нові елементи такої швидкозмінної реальності - нові люди, явища, процеси, інституції, ідеї, продукти, факти. Польська мова збагатилася тисячами нових лексем, які, за влучним висловом Катажини Мосьолек-Клосінської, є чітким мовним слідом польської трансформації, напр. *audiotele, zarządzanie zasobami*

ludzkimi, telewizja kablowa, konstruktywne wotum nieufności, upadek gabinetu, hipermarket, supermarket, kohabitacja, kuroniówka, sztab wyborczy, konwencja wyborcza, lobbowanie, syndyk masy upadłościowej, tereny popegeerowskie, NIP, PESEL [60].

По-друге, у другій половині 1990-х років на польську мову все сильніше почали впливати сучасні західні культурні тенденції, які раніше придушувалися комуністичним режимом. В пропаганді вони були віднесені до ознак гнилого капіталізму, але все ж таки повільно роз'їдали соціалістичну ідеологію. Після 1989 року вони увійшли до Польщі на повну силу, з великим поштовхом, який мав ознаки свободи і новизни. Якщо будь-які категорії в культурі мають атрибути свободи і новизни, вони високо цінуються і швидко приймаються. Так само сталося і з західними культурними течіями в Польщі. Великі культурні тенденції Заходу включають в себе споживацтво, засоби масової інформації, ІТ-революцію, американізацію та постмодерністські тенденції. Ці впливи зараз, на початку 21 століття, найсильніше позначаються на польській мові. В сучаній мові вони настільки тісно пов'язані, що одна тенденція є фундаментом для іншої.

Надзвичайний розвиток сучасного споживання відображається в польській мові. Споживча культура утворює сучасним полякам величезну кількість слів, які служать речам, називають їх, заохочують купувати і користуватися їхніми благами. Нові іменники в польській мові називають найважливіші об'єкти споживання, як правило, матеріальні предмети. І їх дуже багато, тому що споживацтво любить надмірність.

Молоді поляки дуже добре знайомі з мовою споживання. До неї входять старі слова, пов'язані з торгівлею та послугами, а також тисячі нових слів, що описують нові явища, моду, особливості, діяльність, пов'язану з торгівлею, обміном, наданням і використанням різноманітних послуг.

Споживча польська мова включає також тексти пов'язані зі стимулюванням збуту, рекомендацією товарів чи послуг. Таким чином, ми

маємо рекламні тексти, які завойовують нові комунікативні простори, створюють новий рекламний стиль, тексти на упаковці, комерційну рекламу, інтернет-тексти, які сьогодні є чи не найбільшим джерелом споживчих новин [62].

Про трансформації в сучасній польській мові написано чимало, як на системному рівні (граматика і лексика), так і на рівні окремих жанрів і стильових різновидів.

В сучасній функціональній польській мові можна виокремити певні чіткі тенденції:

1. економізація і прагнення до скорочення. Мовці спрощують своє мовлення, намагається не формулювати складних речень, оскільки односкладні речення формуються швидше, використовують розумові та синтаксичні скорочення, а також ті, що пов'язані з письмовим записом, наприклад: *Zadzwoń do cb* замість *Zadzwoń do ciebie*, **spk** замість *spoko*, *bd* замість *będę*

2. поповнення мовних засобів: міжмовні запозичення (популяризація розмовної та соціолектної лексики) і розповсюдження англійської лексики в полонізованих варіантах. Головні сфери в яких з'являються запозичення це:

- спорт: *hokej, kitesurfing, mecz, skydiving, tenis, aerobik, aut, badminton*;
- бізнес: *holding, leasing, lider, logo, marketing, menedżer, monitoring, partner*;
- культура: *blog, podcast, pop, post, poster, produkcja, quiz, remake, rock, selfie*;
- техніка: *flesz, fotografia, kompakt, kontener, laser, MMS, radio, smartfon, smartwatch, SMS*;
- їжа: *chilli, chipsy, dressing, drink, lemoniada, lunch*.

3. емоціоналізація, вульгаризація. Емоційно насичені висловлення найчастіше з'являються саме у медіа. Емотивна функція домінує в медіа

текстах для приковування уваги та впливу на отримувача інформації, наприклад: *Kwaśneminy sadowników*.

Unia Europejska tnie koszty, a producenci już liczą straty.

4. переоцінка основних функцій мови, з домінуванням фатичної, персуазивної та маніпулятивної функцій. Процес здійснення впливу включає в себе будь-яку поведінку, що спричиняє ефект, під яким розуміється зміна в емоційній або когнітивній сфері будь-якої особи. Приклади персвазії та маніпуляції в поточній мові: *Jeśli nie posłuchasz, ja cię ukarzę, Każdy przyzwoity człowiek by posłuchał, Człowiek na poziomie by posłuchał.*

На думку Еви Єнджейко „XX століття характеризувалося особливою динамікою: польська суспільно-політична ситуація змінювалася неодноразово і радикально, розвиток науки і техніки прискорив трансформацію менталітету, бурхливо розвивались засоби масової інформації, поширювались нові моделі життя і спілкування, змінюючи традиційні зразки. Результатом стала більша, ніж будь-коли раніше, стратифікація загальної мови, але також і певна гомогенізація, варіативність норм і умовностей, своєрідна плутанина стилів і жанрів. Сьогодні це пов'язано з глобалізацією і медіатизацією культури, темпом життя, інструментально-маркетинговим характером соціальних комунікацій, де швидкість інформації, отримання соціальної комунікації, швидкість інформування, охоплення аудиторії, ефективність інколи стають важливіше за естетику чи правильність мови” [41].

Причини змін, зазначені дослідницею, та їх наслідки в мові XX століття ще яскравіше проявляються в мові молоді, яка зростає у XXI столітті. Ці модифікації природні та у більшості випадків загально прийняті. Більшість вчених дотримується поглядів Яна Міодка який стверджує, що „Я вірю в нормальний розвиток нашої мову. В об'єднаній Європі їй нічого не загрожує. У мене немає жодних побоювань з цього приводу.”

1.2 Зміст і характерні риси поняття „сленг”. Диференціація сленгу з-поміж інших соціолектів (на прикладі арго та жаргону)

Можна ствердити, що сленг є різновидом соціолекту і є похідним від розмовного стилю. Це означає, що вони мають спільне ядро, але сленг також має своє унікальне значення, яке відрізняє його від усіх інших соціолектів. На практиці це не означає, що існує різка межа між розмовною мовою та сленгом, а також між різновидами однієї мови. Тому існують деякі описи розмовного стилю, які трактують її широко, включаючи соціолекти. У польських описах розмовного стилю його зазвичай відокремлюють від соціолекту, підкреслюючи, однак, що межа між ними щоразу проводиться довільно.

Як стверджує Потебня сленг є «невід'ємною частиною будь-якої розвиненої природної мови, який виникає як неминучий наслідок кодифікації національної мови. Сленг ... як найбільш динамічний пласт лексикосемантичної системи мови дуже швидко оновлюється»

Важливим кроком у розвитку поняття „сленг” було визначення І.В. Арнольд: «Сленг – це лексика розмовного типу, яку вважають нижчою від загальноживаного стандарту; це слова, що у стандартній мові або не вживаються, або мають особливий лексико-семантичний зміст» [1].

Серед синонімів поняття сленг в працях мовознавців досить часто зустрічається термін „молодіжна мова”. Термін "молодіжна мова" зазвичай використовується для опису способу, в який комунікує молодь у неформальних ситуаціях, тобто поза мовою шкільної освіти та поза ситуаціями, що вимагають загального коду (офіційний стиль). Синонімічно молодіжну мову також називають соціолектом (якщо акцент робиться на соціальні зв'язки молоді), і сленгом (якщо аналізується надзвичайно експресивний, креативний і сміховинний стиль спілкування)[74].

Це вузьке розуміння терміну. Однак, можна вказати на значно ширше його тлумачення. Тоді термін „молодіжна мова” включатиме в себе не тільки мову (точніше: специфічний лексичний ресурс) та правила її використання в навколишньому середовищі, а також стосуватиметься мовленнєвих патернів, тобто культурних стратегій, які супроводжують неофіційне спілкування молодих людей. Активовано у момент так званого молодіжного виступу культурні конотації молоді, такі як веселощі, гумор, грайливість, заперечення загальнообов'язкових норм, схильність до екстремальних форм поведінки, слугують інструментом самоідентифікації та творення [24].

Мовознавці, серед яких М.М. Маковський, І.Р. Гальперін, Г. Менкен, В. Вілюман, В. Балабін, В.А. Хомяков [18], Ч. Леланд, Т.А. Соловійова, так і не дійшли єдиного висновку щодо визначення терміну. Чимало мовознавців розглядають сленг як синонім жаргону. Наприклад, в новітньому словнику іншомовних слів та виразів поняття «сленг» та «жаргон» фактично ототожнюються:

1. «Те ж, що й жаргон»;
2. «Сукупність жаргонізмів, які утворюють прошарок розмовної лексики, що відображає фамільярне, іноді гумористичне ставлення до предмета мовлення».

В енциклопедії „Українська мова” значення поняття сленг розкривається в ширшому сенсі як синонім жаргону, а у вузькому – як інтержаргонне явище, наближене до просторіччя, але вживане не тільки людьми, які недостатньо обізнані з нормами літературної мови, а й особами, які ними володіють. Важливе зауваження стосується зарубіжної україністики, де характерне прирівнювання сленгу до розмовної мови.

Абсолютну подібність термінів сленг і жаргон відзначає у своїй праці І. І. Щур, наводячи як їхні онтологічні ознаки відносно відкритість, груповий характер, емоційну забарвленість, інтердіалектність, нелітературність,

неформальність, субстандартність, усність, фамільярність. Поняттям арго лінгвіст називає своєрідну антимову або умовну мову, яку спеціально створює певна соціальна група з метою таємного спілкування та відокремлення себе від іншої частини суспільства [19].

Л. О. Ставицька в монографії розмежовує «сленг», «жаргон», «арго» за ознакою первинності / вторинності. Вчена вказує, що сленг це вторинне утворення і включає до свого складу арго, групові та інші соціальні жаргонізми, некодифіковану розмовну мову, вульгаризми, неологізми, іншомовні запозичення, територіальні діалектизми [15].

С. А. Мартос виокремлює терміни сленг, жаргон та арго за шкалою відкритості / закритості. Диференціація вказаних термінів має характер градації, розглядаючи сленг як відкритий, жаргон – напіввідкритий, а арго – закритий соціолекти [11].

Мовознавець В. Д. Бондалетов взагалі не вводить поняття сленгу, а розмежуванню ним арго та жаргоном загалом надає непослідовний та суперечливий характер. Жаргону вчений приписує функцію втаємничення та вказує, що в ньому переважає емоційно-експресивна лексика. Арго ж характеризується певною прозорістю, нейтральністю та беземоційністю [3].

Як три функції, що окреслюють сленгову лексику і диференціюють сленги, Станіслав Грабіас називає професіоналізм, секретність і експресивність. Під терміном професіоналізм розуміється "корисність мовних засобів у професійній діяльності групи"[36].

В сленгу з'являється поняття "секретність", що означає свідоме кодування певної інформації та збереження її в таємниці від інших. Генрик Улашин стверджує, що такі секретні мови можуть відрізнитись ступенем секретності. Автор вирізняє 4 секретні або ж напівсекретні мови: злодійська, торгівельний, революційний і таємний діалект молоді, з яких перший і

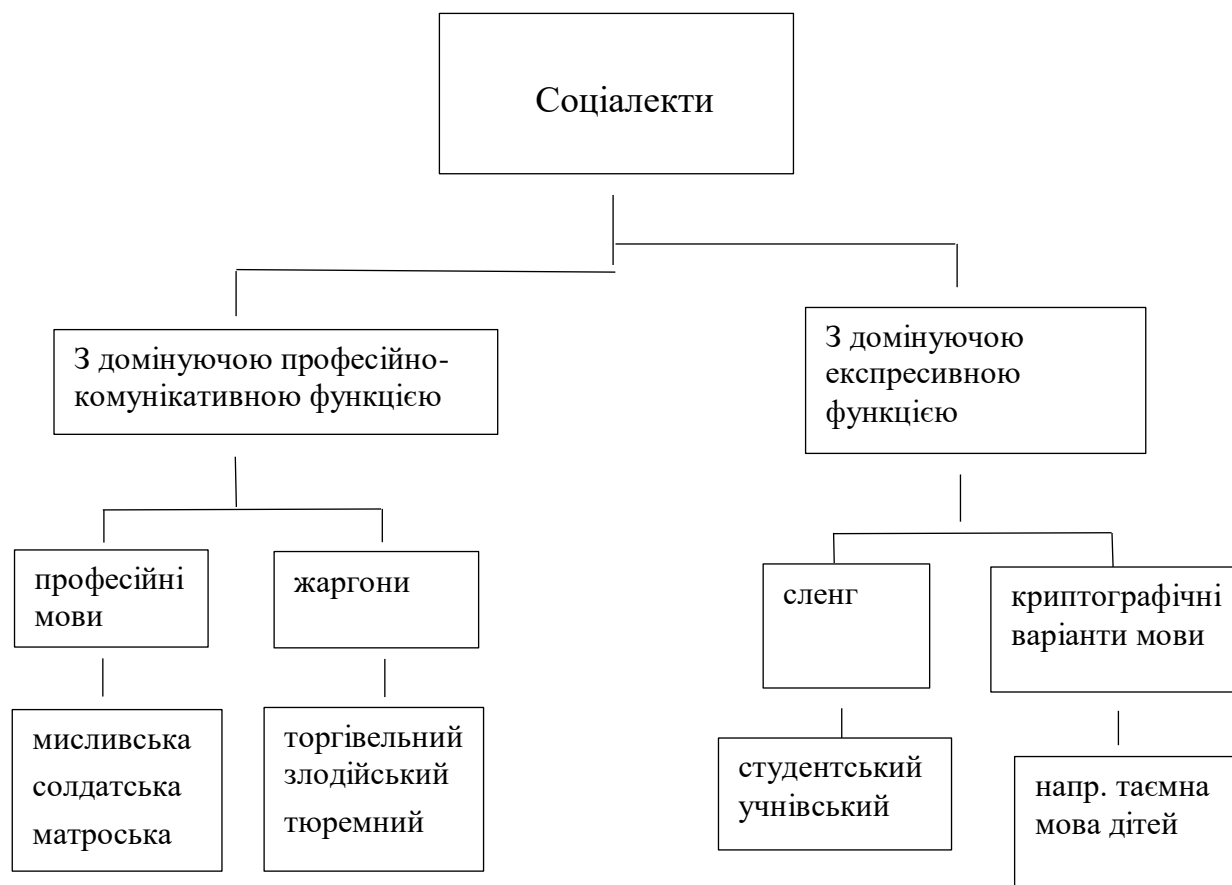
другий більш незрозумілі, ніж третій. Натомість четвертий відносно легше зрозуміти після ідентифікування його як мови, що переплітається [69].

Сленг характеризується насамперед експресивністю, яка найчастіше виражається через яскраво емоційно забарвлену лексику. Вона, як правило, спрямована на людину, річ або явище. Завдяки цьому в мові з'являються неологізми, такі як *zmula* - "нудьга", *sofciarski* - "легкий, прохолодний" та ін.

Молодь вміє ефективно і без найменших проблем використовувати каламбури та іронію, додаючи до власного мовлення різноманітні елементи гумору. Іноді при візуальному або слуховому сприйнятті певних сленгових виразів сторонні особи, особливо люди похилого віку, можуть відчувати себе кумедно. Ще однією особливістю, досить поширеною і дуже яскраво вираженою, є постійне вживання підлітками вульгаризмів.

Вульгаризми: "це слова, вирази, словосполучення, які за своїм основним значенням грубо називають табуйовані (як інтимні) фізіологічні дії, тобто травлення, виділення та статеві відносини, а також пов'язані з ними частини тіла, поведінка та наслідки такої поведінки" [54].

Отже, Станіслав Грабіас виокремлює дві функції соціолектів: професійно-комунікативну та експресивну, а також розрізняє навмисно відкриті та навмисно приховані соціолекти.



Таблиця 1.1 Типологія соціолектних різновидів польської мови за Станіславом Грабіасом

Обидві функції – професійно-комунікативна та експресивна в тій чи іншій мірі існують пліч-о-пліч у кожному соціолекті.

Типологія соціолектних різновидів приречена на спрощення і з цієї причини завжди буде дискусійною. Якщо припустити, що в польській мові існує понад 30 соціолектів тоді стане очевидним масштаб і складність описаної проблеми [30]. Хоча оволодіння 30 різновидами однієї національної мови здається менш складним, ніж оволодіння 30 національними мовами, в обох випадках завдання надзвичайно складне через потенційне розчарування, яке виникає через ілюзорну віру в незмінність сленгу або мови.

Специфічна мова користувачів Інтернету характеризується насамперед:

- діалогічністю; Інтернет-комунікація - це багатогранний письмовий діалог, який замінює пряме усне вербальне спілкування між кількома учасниками дискурсу (полілогу) ;

- економією мовних засобів, що виражається у формально-синтаксичному мінімалізмі, особливо різного роду аббревіатурах та скороченнях, а також "пиктографічне письмо" (у тому числі смайлики);
- спілкування "інкогніто". Можливість сховатися за ніком або аватаром додає сміливості відправнику, оскільки в Інтернеті лише слово, форма і стиль розмови (а не, наприклад, зовнішність чи вік відправника) мають значення визначають контакт і характеризують співрозмовників. Нерідко відправник ставиться до одержувача інструментально, адже для відправника важливий саме меседж. Це може бути своєрідною самопрезентацією, але також своєрідною самотерапією, сповіддю, психоаналізом, вираженням потреби в контакті і розвазі, рідше - потребою дізнатися щось важливе про співрозмовника;
- грою слів. Використання різних засобів і з різною метою, наприклад, псевдонім як ігровий елемент, графізація повідомлення, використання екстралінгвістичних засобів, таких як смайлики, графіка (яка доповнює, а іноді й замінює вербальне повідомлення); проявом гри є також польське написання англійських слів та англійське написання польських слів;
- присвоєнням інтернаціоналізмів та запозичень (здебільшого англійського походження) ;
- недотриманням принципів правильного правопису (орфографія, пунктуація, діакритичні знаки);
- відмовою від ввічливих форм і адресативних зворотів;
- поточністю, яка присутня не тільки в лексиці та фразеології, а й в тенденції до спрощення синтаксису речення.

1.2 Сленг у польськомовному медіапросторі: причини зростання популярності

Раніше молодіжний сленг був зарезервований виключно для неформальних контактів між однолітками, сьогодні він також використовується молоддю для спілкування з дорослими, в тому числі і в офіційних ситуаціях. Він присутній навіть у публічному дискурсі, прикладом чого є медіаповідомлення. Спостерігається цікава взаємодія між сленгом цієї вікової групи та мовою медіа.

З одного боку, медіатексти надихають сучасних підлітків, які створюють модифікації та наповнюють власним змістом передану інформацію.

З іншого боку, орієнтація на аудиторію, яка є похідною від культури споживання, зумовлює необхідність врахування мовних звичок потенційних отримувачів, що на практиці призвело до стилізації повідомлень під мову молоді, особливо в соціальних мережах орієнтованих на цю вікову групу. Як у мові медіа, так і в молодіжному сленгу можна виявити певні мовні тенденції, ширший контекст яких забезпечується сучасними лінгвістичними та культурними процесами. Все частіше все частіше в текстах з'являються лексичні елементи з мови підлітків.

Таким чином, сьогодні відбувається своєрідне облагородження молодіжного сленгу, який як нижчий регістр мови поки що має обмежений ареал і не обслуговує багатьох комунікативних ситуацій. Впровадження молодіжної сленгової лексики та фразеології в публічний дискурс підвищує соціальну прийнятність використання цього соціолекту в інших комунікативних ситуаціях, окрім неформальних підліткових розмов у комунікативних ситуаціях, а також сприяє змінам у сучасній мовній та культурній поведінці.

Крім того, сленг, як і будь-який соціально обумовлений різновид мови, є ознакою групової ідентичності, а тому містить певний погляд на реальність,

який стає більш поширеним у міру розширення використання певного способу комунікації.

Приглушений, безпристрасний, спокійний тон висвітлення подій і формулювання виважених думок бездоганною мовою знаходили все менше прихильників у ЗМІ 1990-х років. Розмовна мова та різні соціалекти почали проникати в пресу, використовуватися в повсякденних контактах - родинних, дружніх, суспільних відносинах, характеризувались високою експресивністю і вільним ставленням до мовної норми [52].

Детермінанти розмовної мови поширювались у сфері лексики та фразеології. З'являлись також в фонетиці, морфології та синтаксисі. Таким чином розмовна мова почала поширюватись в медіапросторі.

Одним з факторів, що посилив цей процес, виявилася зміна поколінь. Зростаючі ЗМІ потребували нових кадрів, тому вони наймали на роботу журналістів, які здебільшого належали до молодого покоління, сформованого масовою культурою, покоління, для якого звичайною була розмовна мова.

Крім того, юні журналісти краще зрозуміли правила роботи нового ринку медіа, законів реклами та механізмів маніпулювання аудиторією.

Творці молодіжних журналів усвідомлювали, що розмовна лексика, найчастіше експресивна, найбільше відповідає очікуванням молоді аудиторії, і що така підпорядкованість відповідає прагматичним цілям видавця - продати газету.

За прогнозами дослідників, сленг може набути все більшого значення, оскільки:

- 1) кожен підліток володіє сленгом, а якщо не володіє, то буде володіти доведеться швидко вивчити його, щоб мати змогу брати участь у розмовах з однокласниками;

- 2) у нашому лексиконі з'являється все більше абревіатур;

- 3) сленг не обмежується чатами чи екранами мобільних телефонів - він проник в усі сфери життя: з'являється у звичайних підліткових розмовах, у

рекламі, на білбордах, у підліткових журналах та в словах пісень (тобто працює за так званим ефектом доміно).

1.3 Особливості функціонування польського сленгу

Учасники молодіжного мережевого дискурсу утворюють унікальну спільноту. Це, за визначенням, молоді люди, які все сміливіше висловлюються публічно на будь-які теми. Вони зачаровані можливостями онлайн-спілкування, свободою слова та манерами (анонімність співрозмовників в Інтернеті), збільшення свободи інтерактивної участі у форумах, можливість особистого коментування подій та самопрезентації. Водночас дослідники - особливо представники напряму медіапедагогіки - відзначають негативний вплив цього "медіа над медіа". Швидкий потік інформації, занадто великий для засвоєння та критичної оцінки "статистичною" молодіжною людиною, яка найчастіше використовує Інтернет для пошуку розваг, а не достовірної інформації, як видається, посилює інформаційний хаос і не сприяє розумінню сучасного світу. Як дослідників культури мови та представників "високої" культури, так і "пересічних" користувачів польської мови, для яких дбайливе ставлення до мови є національною цінністю та показником особистої культури, які звикли дотримуватися правил ввічливості та коректності як в усному, так і в писемному мовленні, дратує мовна "халтура" як форми, так і змісту мережевих повідомлень, надмірна розмовність, часта вульгаризація, численні і не завжди потрібні вкраплення модних запозичень та загалом панівна сьогодні в ЗМІ "мода на розхлябаність". - в тому числі і лінгвістичні. Старше покоління вбачає в цьому падіння вихованості, авторитету і взагалі культури життя і спілкування; дослідники говорять про функціональну неграмотність; соціологи і психологи - про конфлікт поколінь і про труднощі у спілкуванні між поколіннями. Однак молодь, схоже, не

переймається цим і повною мірою користується благами цивілізації. І вони, напевно, певною мірою мають рацію.

Насичення висловлення сленгом виконує ту ж функцію, що і його конкретизація - надає висловлюванню характеру "спрямованого повідомлення", тобто "орієнтованого на контакт зі співрозмовником, що дозволяє відійти від абстракції до [...] конкретного письма, близького до повсякденного досвіду "[76]. Як пише Станіслав Грабіас, "лексика соціалектів [...], вжита в текстах, стає засобом мовної стилізації: вона відтворює атмосферу життя соціальних груп, відображає їхні системи цінностей і приписувані цим групам зразки поведінки"[36]. Через використання сленгу в молодіжних журналах адресат намагається бути цікавим мовником, який вибудовує спільний з глядачем світ, створює певне бачення цього світу та надає інструменти для його інтерпретації.

Існує ще одна паралель між сленгом та розмовною мовою. Завдяки спостережливості своєї лексики, сленг нав'язує до "хибного пізнання світу, надає можливості для передачі неправди або напівправди [...] він також слугує зведенню великих ідеалів і високої культури до рівня повсякденності [...]"[51]. Повторюючи і передаючи певну систему соціальних цінностей, прийняту групою, він має владу нав'язувати певне зображення дійсності - образні, легкі для сприйняття сленгові елементи автоматично актуалізують у свідомості читача певні смисли і дають можливість керувати його мисленням

Крім того, сленгова лексика, як і розмовна, виконує персуазивну функцію: вона використовується для завоювання прихильності адресата, слугує відправнику для того, щоб "за будь-яку ціну перетворити себе на рівноправного з адресатом партнера по дискурсу, встановити і підтримувати з ним контакт і подолати розмежування між ними", що в свою чергу дає можливість донести свою інтерпретацію та оцінку дійсності.

У найзагальніших рисах можна сказати, що діалект виконує три основні функції:

- ізолює;
- підкреслює інакшість;
- є вираженням бунту.

Перш за все, користувачі сленгу хочуть виділитися та ізолювати себе від свого оточення. Ці характеристики (ізолюваність, інакшість) іноді вказуються окремо, але іноді вони поєднуються. Молодь хоче ізолювати себе від інших учасників комунікації, забезпечити, щоб сторонні люди (ті, хто не володіє мовним розмаїттям) не мали доступу до спілкування в групі ініційованих користувачів.

Надзвичайно важливою особливістю мови молоді, студентського сленгу, є його використання як вираження бунтарства. Як відомо, бунт взагалі йде проти нав'язаних норм будь-якого роду. У випадку молодіжного/студентського діалекту це виражається через ставлення до мовної норми.

Халина Саткевич стверджує, що: „На відміну від інших соціальних норм, дотримання мовної норми має різний ступінь обов'язковості. Це залежить від вибору зробленого мовцем, свідомо чи несвідомо та мовленнєвої конвенції, яка передбачає або посилення, або послаблення строгостей, що накладаються нормою [...]. Таким чином, видається, що ставлення до мовної (загальної, "високої") норми, що полягає в опозиції до неї, в ігноруванні її певною групою, може стати елементом характеристики цієї групи і вплинути на її мову” [64].

Щодо ставлення до мовної норми, то Халина Саткевич виокремлює три основні типи субкультури:

- 1) оспорювання, яке відбувається в свідомій опозиції до того, що є офіційним, у тому числі й у мові;
- 2) традиційний - який розвивається на основі розмовної норми і використовує відповідні їй засоби;

3) провінційний, який характеризується функціонуванням поза свідомістю норми [64].

Молодіжний сленг потрапляє на межу запропонованої кваліфікації. Це пов'язано з тим, що він містить риси як традиційних субкультур (опора на розмовну мову), так і субкультур, що змагаються між собою (навмисне порушення правил загальної мови). Водночас, студентський/молодіжний діалект у цьому випадку є згуртовуючим елементом, що ідентифікує членів групи, хоча його використання не є обов'язковою умовою для прийняття.

Приклади бунту проти мовної норми можна знайти на кількох рівнях. Насамперед, це нехтування правилами пунктуації. Для авторів дописів в Інтернет-комунікації коми практично не існують. На щастя, вони все ще приймають крапки, але все частіше можна зустріти тексти, де немає ні крапок, ні великих літер. З іншого боку, великою популярністю тішиться багатокрапка, вона виступає у висловленнях як показник емоційного стану автора. Конструкція клавіатури та пов'язана з цим необхідність використовувати дві клавіші для набору польських носових голосних, наприклад, призводить до їх повного зникнення в письмових висловлюваннях.

Також на формально-графічному рівні, пов'язаному з використанням текстового редактора, можна знайти сліди бунту проти певних заздалегідь встановлених правил. Навіть побіжний погляд на розміщені дописи в Інтернеті свідчить про те, що їх авторами не має значення, як вирівняний текст, як розташовані слова тощо.

У сучасній лінгвістиці семантичне поле визначається як сукупність мовних одиниць, пов'язаних спільним змістом, що відображає концептуальну, об'єктну або функціональну схожість позначених явищ.

Семантичне поле являє собою лексико-семантичну категорію, в якій синтезовано властивості одиниць класу. Тому одиниці семантичного поля щоразу розглядаються як одиниці того чи іншого лексико-семантичного класу слів, що мають свої семантичні властивості, структурні та функціональні

властивості. Кожен клас семантичного поля розкриває певну структуру: ядро, центральна частина і периферія.

Семантичне поле характеризується такими основними ознаками:

- 1) наявність семантичних зв'язків (кореляцій) між складовими словами;
- 2) системний характер цих відносин;
- 3) взаємозалежність лексичних одиниць;
- 4) відносна автономність поля;
- 5) безперервність визначення смислового простору;
- 6) співвідношенням семантичних полів у всій лексичній системі (всього словника).

Приклади семантичних полів: поле часу, поле назв спорідненості, поле кольорових позначень, поле мотивувальних дієслів, поле імен персонажів і т.д.

Лексико-семантичне поле - дуже ємне поняття. Саме тут перетинаються основні проблеми лексикології - проблема синонімії, антонімії, полісемія, проблема співвідношення слова і поняття.

При спробі організувати всі одиниці лексичної системи в полів, класів, груп та інших більш дрібних утворень, виникає інша проблема. На додаток до базових лексем підсистеми завжди існують розгалужені периферії в підсистемі, в які містять лексеми з інших лексико-семантичних полів, що тільки в окремі семантичні поля входять у певне семантичне поле. Периферія зумовлюють примхи кожної підсистеми, але й є основою для об'єднання підсистем в єдину систему.

Лексико-семантичне поле має ядро, яке містить назву поля, синоніми, а також антоніми. Вибір лексеми або групи лексем на роль імені поля - це дуже важливо. Це пов'язано з тим, що результати аналізу можуть бути незадовільними, якщо ядро неправильно підібраний і якщо йому бракує відтінків значення, яким володіє більшість лексем цього лексико-

семантичного поля. Відомий мовознавець О. Кузнецов вказує на основні прийоми пошуку ядра лексеми, які характеризуються наступними ознаками:

- 1) вони мають досить простий морфологічний склад;
- 2) вони мають чітке емоційне забарвлення
- 3) вони давно закріпилися в лексичній системі мови (вони не є неологізми або недавні запозичення)
- 4) семема такої лексеми має велику кількість ознак, які містяться також у лексемах на периферії лексико-семантичного поля.

З метою виокремлення основних лексико-семантичних полів сленгу молодіжного сленгу у польській мові, необхідно відібрати найпоширеніші сленгові одиниці з молодіжних текстів, фільмів, серіалів, передач для польської молоді

Розглянемо функціонування сленгу в Інтернеті на прикладах з польської преси. Ілюстративний матеріал було взято з видань: „Dziewczyna”, „Popcorn” та „Twist” (вибрані випуски за 2006-2008 роки).

Сленг, що міститься на сторінках цих видань має антропоцентричний характер – сконцетрований на людині. Серед найчастіше вживаних сленгізмів можна виокремити певні семантичні поля:

1. назви осіб

- a) експресивні назви осіб, які відносяться до зовнішнього виду - *słabiak, chudaty, wysokalki, wstydniś, okrągłasek*.
- b) назви молодих чоловіків - *kolo, koleś, superkoleś, koleżka, gość, gościu, gostek, supergostek, men, facet*. Деякі з них вказують на характер відносин з дівчиною - *eks, były, boyfriend*
- c) назви дівчат - найпоширеніші лексеми це *laska i panna*
- d) назви осіб з огляду на
 - дружні контакти: *kumpela, kumpelka, kumpel, paczka, ziomków*

- родинні відносини: starsi, starsza, starzy, siora, siorka
- професійні/шкільні відносини (найменш чисельна група): biolog, psor, babka od Wf-u

2. назви діяльності та поведінки людини - lampić się w telewizor, bryknąć na solarę, szlajać się po mieście, odstawić się;

3. назви частин тіла - lico, gęba, klata, kinol, ślepa, kopara, „maciej”;

4. назви одягу - garniak, adiki, wdzianko, gatki;

5. назви розумових процесів - rozkminić bez pudła, kapnąć się, przeżywać zaskoczkę, wydumać sobie;

6. назви предметів щоденного вжитку - fota, es, prochy, hajs, kaska, net, miejscówka, muza;

Велика кількість сленгової лексики з'являється в тематичному полі, яке можна було б охарактеризувати як стосунки між чоловіком і жінкою. У проаналізованому матеріалі було зафіксовано лексику на позначення наступних видів поведінки та станів:

- прагнення до привернення уваги протилежної статі: latać za kimś, uganiać się, podrywać, startować do kogoś, zabiegi

- зародження симпатії/кохання: zabujać się, czuć miętę, mieć motylki w brzuchu

- зацікавлення знайомством: wsiąkać

- перебування у поганих стосунках: szarpać się z kimś, mieć młyn z kimś, krzywa akcja

- розірвання стосунків: dać kosza, spławić

Молодіжний сленг з'являється в медіапросторі для того, щоб оцінити описувані факти (як це вже було видно з попередніх прикладів). Такий спосіб оцінювання - з використанням лексики, близької молодому читачеві, - є більш зрозумілим для адресата і, що важливіше, легкозасвоюваний для читача

Позитивне оцінювання відбувається за допомогою прикметників: *wypasiony, odlotowy, trendowy, odjechany, zajefajny* або виразу *coś/ktoś jest git.*

2. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СЛЕНГОВИХ ЛЕКСЕМ

2.1 Напрямки семантичного розвитку сленгу

Серед помітних тенденцій у наймолодшій польській мові виявляються не лише ті, що пов'язані з нормами проходження через молодість (такі як контакти з однолітками, групові зв'язки, субкультурна ідентифікація), як можна було б очікувати, а й ті, що пов'язані з прагматичною функцією аналізованого мовного реєстру.

Розмовна мова чудово діагностує соціокультурну поведінку, надає інтерпретацію спостережуваної дійсності та окреслює емоційне ставлення до неї. У цьому не було б нічого незвичайного адже сленгові варіанти мови завжди були експресивними якби не експансія неологізмів та онімічних неосемантизмів.

Ця тенденція продовжує розмовну (сленгову) тенденцію до семантизації структур пропріального характеру, про що свідчать відомі в польській розмовній мові лексеми на зразок *janusz, grażyna, oskar, czesiek* [75]. Ця модна лексико-семантична модель базується на метонімічній схемі. Це пов'язано з тим, що прізвище або ім'я, по суті, перестає бути індексальним (несемантичним) знаком і стає апеллятивом. Такі вирази мають апеллятивне значення, використовуючи метафоричну приналежність до культурного, політичного або соціального контексту.

Ця закономірність простежується і в інших неологізмах, де виразником апеллятивності є новий тип флективності [65]. Приклади включають дієслова з асоціативною семантикою, що походять від власних назв: *chajzerować, górniakować, hajtować*. Вони містять, як правило, елемент негативної емоційної

оцінки особи чи інституції, посилаючись при цьому на узагальнені на цій основі ставлення, поведінку чи закономірності. Використання власних назв та займенникових неологізмів як апелятивів для позначення когнітивних та соціальних стереотипів є досить поширеним явищем в аналізованому стилі спілкування. Сленгова лексика дозволяє ціннісно впорядковувати соціальну дійсність, але значною мірою за кофігуративними (паралельними) моделями та з елементами експресії.

Мода на пряму, агресивну оцінку особистості та її поведінки є частиною тенденції до ескалації "словесної боротьба", яка також реалізується в соціальному вимірі (гендерна нерівність). Значною мірою ця закономірність стосується людей, які "відхиляються" від групового шаблону, наприклад *alternatywka* "дівчина, яка відрізняється вбранням та поглядами", *jesieniara* "палка прихильниця осені" та *karyna* "молода дівчина". З цією метою молоді користувачі мови використовують не тільки типові словотворчі моделі, але й мовні або орфографічні ігри, наприклад, неправильне написання слів: *pOlka* "молода жінка, яка вважає себе центром світу". Варто також звернути увагу на тенденцію до використання суфіксу *-ara* для утворення нових неологізмів, наприклад *nudziara* "нудна особа", *skapiara* "скупа жінка", *wieśniara* "особа, яка живе в селі". Зараз за допомогою цього суфіксу утворюються вирази, які окреслюють захоплення певною сферою: *malfoyara* "фанатка Драко Малфоя", *koniara* "прихильниця коней", *winiara* "прихильниця вин".

Серед термінів, які однозначно оцінюють чоловіків, були, між іншим *incel*, *stulejarz*, *przegryw* також вирази з негендерними конотаціями *szur* чи *foliarz*. Запозичене із сюжетів онлайн-ігор, *impostor* замінило розмовний вираз "шахрай", а *atencjusz* - "людина, яка вимагає до себе постійної уваги", а *kasztan* - "особа з низьким рівнем інтелекту". Протилежністю *incela* є *chad*, який викликає надзвичайні емоції, бо означає дуже гарного, добре збудованого хлопця, об'єкта загального обожнювання.

Тенденція визначати людей в експресивній та оціночній формі відображається не лише в соціальних міжгендерних антагонізмах. Також до цієї схеми включені вербальні репрезентації з префігуративного обшару [55]. Це стосується, наприклад, відносин між молоддю та дорослими. Знайомі давні сленгові терміни для представників старших поколінь: *dziadów, jareckich, nietoperzy, starszych, wapniaków* були замінені на сучасну лексему *boomer* „старша особа”. Неологізм *dziaders* сигналізує не стільки про вік, скільки про ментальну обмеженість та патерналістські тенденції.

Тенденція до збереження контакту всередині престижної молодіжної спільноти (і молоді ширше) за допомогою специфічної мови має своє важливе обґрунтування для конструювання ідентичності. Не дивно, що в цьому реєстрі відзначаються численні, постійно відтворювані маркери контактів. Вони виникають у мовленнєвих актах та пов'язані з привітанням, прощанням, підтриманням або розривом контакту. Маркери також є носіями громадського гумору. Вирази типу *elo, eluwina, siema, siemka, siemanko, nara, narka* численні та підлягають постійним формальним змінам.

Інші форми, такі як *yikes*, або *uś/uuś* діють в молодіжному середовищі як нові паралінгвістичні сигнали, що передають весь спектр емоцій: здивування, подив, схвалення, збентеження тощо. На відміну від так званих *ripóstów*. Це умовні фрази, які свідчать про риторичну вправність співрозмовника в словесній дуелі.

Важливою особливістю молодіжного сленгу є маркування гусористичного ставлення до дійсності. Все тут може бути доведено до гротескного виміру і дезавуйовано за допомогою сміху - його символ це скорочення *xD/XD*, в народному варіанті *ikde* - "сміх, жарт, іронія". XD - молодіжне слово року 2017 - описує весь спектр явищ характерні для людини.

Цікаво, що знак *xD/XD* вперше з'явився в інтернет-просторі як аналог іншої дуже популярної аббревіатури - *LOL (Laugh Out Loud)* "сміюсь вголос" та став символом ставлення до життя, відомого як *filozofia XD* або *iksdeizm* [57].

Користувачі мережі Інтернет використовують скорочення *xD/XD* для того, щоб підкреслити гумористичність обговорюваної теми. Тому те, що сприймається молоддю як радісне і веселе, гіперболізується. Про це свідчать неологізми у функції знаків оклику, закликів або маркерів збудження, напр. *essa, gaziura, tamale*, які налічують сотні прикладів вживання у молодіжній комунікації.

Найбільш характерною ознакою молодіжного сленгу є виразність. Дослідники стверджують, що молодіжний реєстр - це мова плюс-мінус, яка вербалізує досвід максимальної емоційної насиченості.

Однією з особливостей молодіжного дискурсу є насичення вульгаризмами. Їх "девульгаризація" тривала протягом багатьох років. Однак вони не перейшли межу неофіційного спілкування, а остаточно були "детабульовані" після того, як потрапили на прапори вуличних протестів восени 2020 р. Вони також стали "тлом" для лінгвокреативу.

Економічні структури онлайн-мові "записаному мовленні" молоді еволюціонували з знакові знаки, напр. *UwU* „чарівно, чудово”, *pog / pogchamp* „радість, ентузіазм”, *POV* (з англ. point of view) „точка зору”. Таким чином, значення конкретизуються в межах соціокогнітивної спільноти як наслідок конвенціоналізації жаргону, тоді як за її межами вони є неточними.

Лексика молоді польської мови відображає яскраві реакції користувачів мови на явища не лише локального політичного та соціального характеру. Творення нових лексем також стимулюється глобальними подіями, наприклад, пандемією вірусу SARS-CoV-2. Наслідком її концептуалізації є неологізми на кшталт *korona, koronka, koronawajrus* чий гумористичний підтекст послаблює загрозу зараження та супутній страх. У свою чергу, від офіційної назви хвороби: covid-19 походять більш-менш експресивні окреслення осіб: *covidian, cowidiot, cavidiota, covidziarz*.

Багатим джерелом модної лексики є масова культура, особливо опосередкована цифровими технологіями. Масовізація субкультурних стилів

призводить до того, що в молодіжному середовищі надається перевага грі культурними знаками та мовним матеріалом. Вплив хіп-хопу все ще відчутний в таких лексемах, як *bankroll* "пачка грошей", *chillwagon* "назва музичної групи", *halko* "варіант телефонного виразу алло".

У свою чергу, спільнота комп'ютерних геймерів та користувачів груп новин дискусійні групи "ввели в широкий обіг" лексику тип: *czitować* "обманювати", *skin* "вигляд", *skille* "вміння, навички".

Варто зазначити, що мовним матеріалом в аналізованому реєстрі може бути як польська, так і англійська мова. Присвоєння численних англійських запозичень, а також їх творча трансформація відбувається поза загальними нормами лексичної асиміляції. Це пояснюється тим, що гра та обігрування мовними знаками ведеться як на рівні змісту, так і на рівні форми. І тому від запозичення *chill out* "розслаблятися, відпочивати" форми типу *chill*, *chillera*, *chillax*, які функціонують у системі поряд із повністю асимільованими формами: *czill*, *czillera*, *czillax* "безтурботно, розслаблятися, святкувати". Приклади безглузлого наслідування іншомовних написань у творення вітчизняних неологізмів є такі реалізації, як: *looz* (від англ. loose), *sorx* (від англ. sorry), *kisski* (від англ. kiss).

Зазначений вище молодіжний принцип говорити по-іншому, пов'язаний, таким чином, зі схильністю до безглузлого змішування різних порядків і стилів. Постмодерністська мінливість, випадковість, накопичення досвіду та вільні стосунки з множинністю медіа-ідентичностей сприяють спонтанній творчості. Це означає відбір засобів (мовного матеріалу) з ряду альтернативних, але рівноцінних просторів за смаком і модою, за гаслом: *pick and mix* "вибирай і змішуй". Нові структури включаються до синонімічних рядів і використовуються для "відтінення" значень.

2.2 Словотвірний аналіз сленгової лексики

У сленгу, особливо молодіжному, основоположним вважається новий світогляд, проявом якого є мовна творчість, спрямована на зменшення когнітивного дисонансу між тим, що є, і тим, як це називається.

Тенденцією, характерною для сленгу є аббревіація, що виявляється в універбації (від лат. *unum verbum* - "одне слово") та зворотня деривація (скорочення твірної основи мотивованого слова). Явище семантичної деривації, тобто існування похідних значень слів, які у своїх основних значеннях належать літературній мові, також можна вважати характерним для сленгової економіки. Універбація (як і зворотня деривація, тобто усічення слова) сприяє лаконічності а семантична деривація сприяє двозначності. З іншого боку - як свідчать Станіслав Баранчак лаконічність і багатозначність - особливості використання мови в поезії [21].

Універбація

В студентському сленгу прикладом універбації є вираз *dziekanka* що повстав від словосполучення *urlop dziekański*. Завдяки появі суфікса *-k* (*a*) похідне слово (*dziekanka*) утворене шляхом суфіксальної універбації, тобто одним із різновидів аналізованого явища.

„Універбація, тобто перетворення словосполучення в еквівалентну однорідну лексему, може досягатися в сучасній російській мові за допомогою різноманітних словотвірних процедур. Найпоширеніші в новій лексиці є: аббревіація, композиція, суфіксація та еліптична субстантивація” [43].

Багато науковців вважають універбізми, тобто слова утворенні за допомогою універбації, важливою групою серед нових похідних структур, що, на початковому етапі спілкування, належать до шару розмовних слів, але з часо піддаються стилістичній нейтралізації.

Окрім універбазованих лексем, які утворились суфіксальним способом, напр. *mikrofalówka*, та безафіксним способом, напр. *drukarka laserowa* > *laser*, *telewizja satelitarna* > *satelita*, *plyta kompaktowa* > *kompakt* можна виокремити також основоскладання. Останнім часом серед основоскладань особливої популярності набули такі конструкції як власні імена, такі як *Amerbank*, *Kredytbank*, *Euroregion*.

Початковою ланкою дериваційного розвитку для них, найімовірніше, є двокомпонентні власні та апелятивні назви, що пишуться зі зменшено-пестливими словами або без них, напр. *chłopo-robotnik*, *klubokawiarnia*, *herodbaba*, *kursokonferencja*.

Окрім власних назв, в польській мові зростає кількість афіксів (додатково - відповідно до вищезгаданої тенденції до економії та скорочення, перший сегмент суфікса скорочується): *ekoskóra*, *eurodolar*, *daczyńca*, *spec służby*, *telenowela*.

При цьому словацька мова (як і українська) виявляла і продовжує виявляти більшу схильність до основоскладання, достатньо навести цілі ряди з повторюваним окремим сегментом, напр. *autoalarm*, *autoserwis*. Нерідко тут використовується перший сегмент з іноземним елементом на додаток до скороченого, тобто так звані префікси *eko-*, *agro-*, *euro-*, *disko-* та ін.

Ще одним дериваційним прийомом, що веде до мовної економії і водночас до універбалізації, є група класичних сполук з інтерфіксом *-o-*, який у польській мові часто вживався і вживається, напр. *półfinal*, *półprodukt*.

Універбалізовані лексеми утворені основоскладанням також складають велику частину польського сленгу, напр. *biolchem* „біологічно-хімічний клас”, *firma* „математично-фізичний клас”, *kulfiza* „фізична культура”, *szęściopak* „шість бутілок”. Характерною для цієї групи універбізмів є тенденція до відхилення від звичних правил словотворення.

Характерні для молодіжного діалекту просторіччя, що з'явилися останніми роками, часто створені дуже нетиповим способом, і на тлі

описаного вище явища універбалізації виникає питання, чи не є зв'язок між мотивуючим і мотивованим виразами занадто слабким (або занадто складним для визначення), щоб можна було з упевненістю стверджувати, що відбулася універбалізація. Приклади цього типу відносно нові, і не всі вони встигли міцно ввійти в мовну систему - деякі з них скоріше слід вважати ефемерними. У випадку універбізмів такого типу існуючі визначення процесу універбізації, ймовірно, є неадекватними або не зовсім працюють. Вони часто супроводжуються процесами дезінтеграції та суфіксації, але використовуються досить специфічно.

У польській мові нетипові універбізми досить часто з'являються в студентському діалекті як відносно часті й оригінальні назви предметів або викладачів, пор. *dopka* „прохідний бал” (аббревіатура + суфікс -ka), *frani* „французька мова” (аббревіатура + і; можливе доповнення до імені Franja), *gamajda* "урок граматики" (можливо, узгодження зі словом *ciamajda*), *niemiek* "німецька мова" (аббревіатура + суфікс -ek), *niemca* "першокласники" (незвичний дериват із розширеною основою з частиною -ol), *pola* "польська мова" (можливе також узгодження з ім'ям *Pola*).

Останні приклади показують, що універбізми з'являються досить часто, особливо в студентському сленгу, які створюються шляхом деформації. Це спосіб творення, що перебуває, так би мовити, на периферії традиційно розумімого словотвору і полягає у специфічній трансформації або навіть навмисній деформації похідних слів різними способами. Основне значення, як правило, залишається незмінним або лише стилістично видозмінюється (як правило, у бік експресивності). В результаті цих дій створюється нетипове звучання похідних лексем, що надає ефекту багатозначності, певної оригінальності, а іноді навіть іронії. Тут ми маємо справу, як правило, з грою слів, лінгвістичною грою, яка призводить до порушення типових словотвірних членувань, оскільки мовна форма цього типу лексем повністю стирає чітку і виразну словотвірну мотивацію. Тому типові й чіткі класифікації та

словотвірні розмежування в даному випадку зробити важко, оскільки первісна мовна форма цих деформованих потоцизмів далека від звучання, властивого літературній мові. В польській мові - як неважко здогадатися - ці похідні характеризуються сильним експресивним навантаженням, що, мабуть, і стало головним натхненням для їхніх творців.

Характерними для сучасного студентського сленгу є наступні аббревіатури, що використовуються в текстових повідомленнях або інтернет-спілкуванні: *bd* від *będe*, *nie* від *co nie*, *cr* від *co robisz?*, *db* від *dobrze*, *nps* від *nie przejmuj się*, *kc* від *kocham cię*, *wgl* від *w ogóle*, *ud* від *udostępnić*, *msh* від *tam swój honor*, *pnż* від *ponieważ*.

Звукові аббревіації є одним з трьох основних типів аббревіатур поряд з літерними та складовими. Звукові, тобто такі, які утворено з початкових звуків слів повної назви. Яскравим прикладом літерного типу аббревіатури в польському студентському сленгу є *pede* від *praca domowa*. Однак він був зафіксований у фонетичній формі. Типовий приклад літерного типу мав би форму *PD*. Ілюстрацією складового типу аббревіатури в польському сленгу залізничників та любителів залізниці вважається слово *mikol* від *miłośnik kolei* (прихильник залізниці). Синонімом є літерна аббревіатура *mk*, що також пишеться великими літерами як *MK*.

Зворотне словотворення або регресивна деревація

Це явище більш відоме як усічення слів, що полягає у скороченні слова до одно- або двоскладової форми. На основі проаналізованого польського сленгового матеріалу можна виділити чотири типи наведені в таблиці.

Усічення слів			
Початку	Середини	Кінця	Початку та кінця
<i>branoc</i> від	<i>fiza</i> від <i>fizyka</i>	<i>biolo</i> від <i>biologia</i>	<i>feta</i> від
<i>dobranoc</i>	<i>rela</i> від <i>religia</i>	<i>alko</i> від <i>alkohol</i>	<i>ametamina</i>
<i>fon</i> від <i>telefon</i>	<i>włog</i> від	<i>geo</i> від <i>geografia</i>	
	<i>wiedobłog</i>		

Таблиця 2.1 Види усічень слів.

Усічення слова до початкової одно- або двоскладової форми ілюструється в молодіжному сленгу наступними прикладами: *dozo* від *do zobaczenia*, *komp* від *komputer*, *pozdro* від *pozdrawienia*, *uni* від *uniwersytet*, *tram* від *tramwaj*, *kom* від *komórka*.

Усічення слова - це зворотна деривація як конкретний приклад неафіксальної деривації [49]. Цей спосіб проілюстровано на прикладі діалекту Королівства Польща: *gra* від *granica*, *dru* від *drukarnia*, *Wa* від *Warszawa* і *Wi* від *Wilno*. У польському молодіжному сленгу зворотну деривацію ілюструють, між іншим, *cze* від *cześć*, *nara* від *na razie*, *spoko* від *spokojnie*, *pozdro* від *pozdrawiam*.

Заслуговує на увагу форма *rela* від *religia* як назва шкільного предмета, що зустрічається в учнівському сленгу як понад століття тому, так і сьогодні. Нечастим прикладом усічення середньої частини слова в учнівському сленгу був вираз *cytla* від *cytadela*. В учнівському сленгу м.Познань зафіксовано форму *czom*, утворену від *czołem* [46].

Цікавим прикладом зворотної деривації можна вважати в сучасному сленгу слово *gegra* як назву предмета географія, оскільки в ньому відсікається середня і кінцева частина (*geografia*). Таке ж значення має форма *geo*

Афіксальна деривація

Під афіксальною деривацією розуміють творення слів, похідних від твірного слова за допомогою переважно префіксів і суфіксів, які називаються афіксами. У випадку морфологічної деривації сленгових лексем найчастіше маємо справу з їх морфологічним маркуванням за допомогою суфіксів, префіксів, рідше - інфіксів, внаслідок чого близько 81% всієї сленгової лексики визначається як лексичні неологізми.

Особливий інтерес викликає поява нових суфіксів у сленгу:

- на відміну від покоління своїх дідів і прадідів, сучасна молодь перебуває під значним впливом кіберпростору, який зайняв місце інтертекстуального простору того часу і став глобальним мультимедійним простором. Без знання посилань на нього неможливо зрозуміти сучасний молодіжний сленг. Прикладами можуть слугувати неологізми *pieseł* від *pies* та *koteł* від *kot* [25], які стали популярними у 2013 році. За зразком форми *pieseł* були створені інші: *koteł* і *liseł*. Враховуючи популярність цих виразів, можна стверджувати що в польській мові з'явився новий суфікс *-eł*;
- у Польщі англійський суфікс *-ing* був використаний у рекламі пива *Łomża* з рекламним слоганом "*Łomża - źródło świadomego łomżingu*" (2013 р. Zob. <https://www.youtube.com/watch?v=NrpO1anBCUA>). Займатися *łomżingiem* означає лежати на ковдрі на траві ("kocing on grass") або пляжі ("plażing") і пити пиво *Łomża*;
- префікс *z-/s-* вживається як показник завершеного аспекту та завершення діяльності з досягненням її бажаного результату, напр. *zhalmaczować, zdisować, stargetować*;
- префікс *na-* означає насиченість результатами діяльності: *nadrinkować się, naspidować się*;
- префікс *po-* вносить значення дії, що триває протягом певного періоду часу *podensić, poserfować*;

- *ob-* означає послідовне охоплення діяльністю множини об'єктів, такі як *obfonić*;
- в польській мові для утворення сленгових прикметників та дієслів використовуються такі префікси: *do-* (напр. *dopieprzyć*), *za-* (напр. *zajumać*), *wy-* (напр. *wycuskać*, *wyjebisty*, *wykurwisty*), *prze-* (напр. *przepukać*), *odlu-* (напр. *odchujając się*);

Аналогічні деривати

На роль аналогії у словниковому запасі п'ять років тому звернула увагу Христина Вашакова [72]. Прикладами аналогічних дериватів у сленгу є *punktoza* "оцінювання, судження, оцінка навчальних досягнень виключно на підставі кількості набраних балів" та *peseloza* "дискримінація за ознакою PESEL, а також евфемізм для позначення старості". Вони були вигадані за аналогією з медичними термінами, такими як: *artroza* "остеоартрит", *neuroza* "невропатія".

Рідко вдається встановити авторство похідного аналога. У приватному листуванні від 19 жовтня 2017 року Валері Пісарек зізнався, що саме він створив слово *filoloza*.

Лексико-семантичний спосіб деривації

Поняття лексико-семантичного способу словотворення була введена Л. Щербою (1928 р.) й В. Виноградовим: «Крім морфологічних і синтаксичних способів словотворення слід розрізняти також способи семантичні, що виявляються у переосмисленні первинних слів, у формуванні омонімів шляхом розкладу одного слова на два» [5].

Л. Булаховський підкреслював, що розвиток словника шляхом поширення переносного вживання слів (інакше – тропеїчного, метафоричного, фігурального) – це загальне явище, яке спостерігається в усіх літературних мовах: перенесення існуючих слів на нові поняття, вироблювані в творчому акті – реагуванні на нові враження, факти трудового досвіду тощо, є одним із найпоширеніших способів номінації [4].

На "використання" стандартного мовного деривату в сленгу може впливати більший чи менший ступінь його розкладності, що розуміється в дусі Лангакера як "здатність користувачів мови розпізнавати, якою мірою складова структура виразу впливає на значення всього композиту"[73]. Розкладність пов'язана зі "здатністю користувача мови розподіляти спільнокореневе похідне між його складовими частинами", що видається тим більш актуальним для нашої теми, оскільки користувач сленгу є одночасно користувачем стандартної мови.

Аналіз словотвірних похідних зі стандартної мови дав змогу виокремити певні групи залежно від того, яких подальших процесів деідентифікації вони зазнали як основи після "запозичення" сленгом.

Більшість "запозичених" дериватів стають у сленгу основою для лексико-семантичної деривації, яка не співвідноситься в цьому випадку з результатом словотвірної деривації, що відбулася в стандартній мові. Крім того, такі ж механізми неосемантизації спостерігаються і у випадку непохідних лексем, "запозичених" сленгом. Іншими словами - відсутня кореляція між словотвірною структурою лексеми зі стандартної мови та семантичною структурою сленгової лексеми.

Це можуть бути деривати, що належать до різних типів за своїми словотвірними характеристиками, не пов'язаними з їх неосемантизацією в сленгу, порівнюючи лексичне значення похідних зі стандартної мови, що належать до тих самих типів за словотвірними характеристиками, і лексичне значення сленгових лексем, що є результатом різних механізмів неосемантизації:

1. деривати з синтаксичною функцією форманта

- *jęzczeć* "видавати стогони" → "говорити нечітко"
- *huczeć* "шуміти, гриміти" → "шукати зачіпки, можливості для бійки"

- *robudka* "дзвінок, що будить; пробудження" → "шкільний дзвінок"
- *odsiadka* "відбування покарання у вигляді позбавлення волі" → "повторне навчання у тому самому класі"
- *grzybowanie* "збирання грибів" → "прогул"
- *osłabiać* "робити слабким у якомусь відношенні" → "дратувати"

2. деривати з семантичною функцією форманта

- *warkliwy* "схильний до гарчання (про тварину)" → "схильний до гарчання ; злий (про людину) "
- *padalec* "безнога ящірка з родини падальниць з вузьким, видовженим тілом, вкритим блискучою, зазвичай бурою лускою" → "злісний, мерзенний, підлий чоловік"
- *lotnisko* "територія, придатна для посадки та зльоту повітряних суден". → "великий клас; велике ліжко"
- *twarzowy* "той, в якому хтось гарний (про одяг) " → "гарний (про людину) "

У сленгу іноді здійснюється лише подальша деривація від похідних основ. Це можуть бути лексеми, які вже неосемантизовані в стандартній мові, в сленгу здійснюється їх формальна деривація (транспозиція), напр. трансформація: неправильне дієслово ← прислівник, прикметник:

miodowo ← *miodowy* "приємний, милий, розкішний" (Ale miodowo: słoneczko, piwko)

ostro ← *ostro* "сильно, раптово; інтенсивно, яскраво" (Było ostro, ale można było się tego spodziewać, w końcu to Mrozinio organizował tę bibę)

В лексемах, основа яких є результатом більш ранньої лексичної деривації в сленгу відбувається інша словотвірна деривація, напр:

czesanie "розчісування" ← *czesać* "питати на занятті"

plastykowo "неприємно" ← *plastykowy* "неприємний"

wytapetować się "нанести занадто багато фарби" ← *tapeta* " дуже сильний макіяж, який приховує обличчя"

Про лексико-семантичну деривацію в сленгу можна говорити тоді, коли позначенню сленгового імені шляхом "запозичення" його зі стандартної мови були надані ознаки, що передаються словотвірною структурою. Це можливо саме через розкладність словотвірних похідних - більшу, ніж у випадку словотвірно неподільних назв [73].

Іншими словами, визначення інтерпретується сленговим найменуванням повністю або частково за допомогою тих же "когнітивно значущих ознак", що і визначення однозвучного найменування зі стандартної мови. Ці ознаки, виразниками яких - завдяки розкладності - є компоненти морфемної структури (структури слова) деривата в стандартній мові, можуть різною мірою "передаватися і зберігатися" в значенні сленгової лексеми.

Типи таких дериватів:

1. Основа і формант зберігають своє значення і функцію, тобто зберігається як словотвірна структура, так і словотвірне значення
światlik "щось, що світить" → "цигарка"
miernota "щось, що є посереднім" → "трійка (посередня оцінка) "
2. Основа і формант зберігають своє значення, але змінюється функція форманта, тобто змінюється як словотвірна структура, так і словотвірне значення
mięśniak "щось, що складається з м'язів" → "мускуліста людина (той, хто має м'язи) "

3. Основа словотвірного деривату зі стандартної мови зберігає своє значення, функцію та/або значення форманта інша, внаслідок чого змінюється структура і словотвірне значення.

anglik, polak, francuz "той, хто має відношення до [походить з] Англії, Франції, Німеччини" → "англійська, польська, французька мова (шкільні предмети) "

2.3 Характеристика сленгізмів на основі вибраних інтернет форумів

Під час збору матеріалу для дослідження було використано два інтернет-форуми для підлітків, а саме: e-młodzi та teenzone. Зважаючи на велику кількість матеріалів, розглянути їх усі неможливо, тому пошук обмежений найбільш важливими, популярними та часто обговорюваними підлітками темами на цих форумах. Головні категорії, які беруться під увагу: почуття і міжособистісні стосунки (кохання та пов'язані з ним проблеми, закоханість, залицяння, перше кохання), навчання та школа (питання, що стосуються вибору школи та університету, навчальні посібники, проблеми підлітків з навчанням). З психології проаналізовані теми людських стосунків, в основному дружби. Наступні матеріали стосуються здоров'я та краси, тобто макіяжу, моди, краси, способів лікування хвороб (тут домінували відповіді жіночої статі, а не чоловічої). Останньою темою був спорт (його вплив на організм людини, аматорські чи професійні заняття).

Аналіз окремих сленгових висловлювань молоді з форумів

1. Привітання та прощання

Кожна дискусія, описана проблема або ж відповідь на питання починається з привітання. Вітання з іншою особою сприймається позитивно, як прояв культури та вихованості. Виразами, що найчастіше з'являлись на

початку постів були: *elo* (скорочення від англійського виразу *hello*, який є формою привітання), *siema*, *siemka*, *siemano*, *siemaneczko*, в цьому випадку до слова *siema* молодь додавала різні словотворчі форманти – незважаючи на це, контекст і значення залишилися незмінними.

Ще один вираз, який скоріше асоціюється з частиною голови, ніж з формою привітання, було *czolem* або демінутивне *czółko*. Саме ці дві фрази привітання з усіх згаданих були використані найрідше.

Наступним популярним сленговим терміном виявився вираз *hej*, *hejka* або *hejo*. Більшість дописів на форумах починалися саме з цього виразу. Додавання до нього різних формантів, як у випадку зі словом *siema*, не змінювало його значення.

Останнім з привітань, яке прозвучало і було повторено з десятків разів, було слово *cześć*, яке широко розповсюджене у повсякденній мові. Варто зазначити, що молодь також часто вживає його скорочену форму - *cze*.

Вираження *czolem*, *kluski z rosółem* з'являється на форумах не тільки для привітань але й для прощань. Фраза походить з популярної телевізійної програми *Siuchcia* (так вітався з глядачами ведучий програми).

Інтернет користувачі, використовуючи будь-яку з вищезгаданих форм вітання, час від часу ставлять в кінці фрази знак оклику. Можна дійти до висновку, що це було зроблено для того, щоб підкреслити виразність, важливість, а також емоційність.

Серед зворотів прощання, що виникли досить нещодавно та набули широкого розповсюдження є слова похідні від *na razie*: *naura* (було обране як одне з найпопулярніших молодіжних виразів року 2020 та 2021) вираз прийшов на заміну вже немодним *narka* або *nara*

Також набуває нових форм традиційний вираз *cześć*. В наслідок активного проникання англіцизмів до польської мови виникли польські відповідники таких запозичень: *bajo* (з англ. *bye*) або *bywaj*.

2. Скорочення

Найчастіше, щоб не писати надто складні речення, молодь використовує у своїх висловлюваннях форму скороченого запису. Завдяки цій процедурі, яка є лінгвістичною економією польської мови, процес комунікації значно скоротився у часі. Скорочення, що будуть наведені тут це: *spx, nmzc, msh, nwm, jj, wgl, btw, sms, kc, ok, lol*.

Приклад як функціонують ці скорочення в дописах молоді: „*Franek jest spx, bo on wgl nigdy nie wypił sam alko i zawsze się z nami podzielił*”.

Перше зі скорочених слів *spx*, або іншими словами "*spoko*", сприймається і трактується позитивно, як правило, як щось хороше. У польській мові він закріплений за прислівниковою формою, що виступає в називному відмінку. *Ok* - аббревіатура від англійського слова *okey*, як *spx* і, у позитивному сенсі вказує щось добре і бездоганне.

Абревіатура *Lol* (з англ. *Laughing out loud* або *Lots of laughs*), вказує на дуже смішну ситуацію, що викликає багато сміху.

Наступний приклад: „*Nwm, Janek nic mi od wczoraj nie odp w necie ani na insta, sprawdziłam też na fb i cisza, może spróbuje do niego napisać różnie sms*”.

Nwm означає *nie wiem* тобто *не знаю*, хтось не має уявлення про щось, *odp* - це популярна аббревіатура для форми *odpowieź* *відповідь*, яка може бути *w necie*, тобто в Інтернеті або на *insta* - популярна соціальна мережа - *Instagram* або на *fb*, тобто *Facebook*. Дівчина думає про те, щоб відправити коротке текстове повідомлення SMS (з англ. *Short Message System*).

Після перегляду більшості дописів на форумах можна стверджувати, що найпопулярнішим скороченням на форумах був *na fb*. Він повторювався в усіх темах форуму найчастіше. Підлітки набагато частіше використовували скорочені форми з іноземної мови, ніж з польської у своїх дописах на форумах в Інтернеті. Це могло бути прямим наслідком величезної популярності англіцизмів серед підлітків.

3. Запозичення з польської мови.

Підлітки, відповідаючи на запитання інших користувачів, використовували у своїх висловлюваннях англiцизми, наприклад: *okay*, *grejt*, *must have*, *friendzone*, *come on*, *damn it*, *sory*, *smartwatch*, *fejs*, *love story*, *skype*, *face to face*, *team*, *hardcor*.

З перелічених вище є три слова, які написані неправильно: *sory* замість *sorry*, що означає вибачте, далі *grejt* - польська фонетична транскрипція прикметника, правильна графічна форма якого в англійській формі *great* та всесвітньо відома соціальна мережа *Facebook*, назву якої було скорочено до форми: *fejs*.

Кілька прикладів вживання англiцизмів: „*W naszym teamie jest przystojny bad boy*”, „*Słuchaj nie mam dzisiaj czasu na rozmowę face to face, dlatego bądź wieczorem na skype*”, „*Okay, ten peeling to prawdziwy must have!*”, „*Nasze friendzone nie jest już aktualne*”, „*Nothing to lose, jeszcze przeżyjesz wielkie love story, come on nie bądź taki smutny*”[68].

З англійської мови *team* означає команду або велику групу людей. Перекладаючи словосполучення *bad boy* дослівно, його можна зрозуміти як хлопця, який має конфлікт із законом, вживає наркотики або зловживає алкоголем.

Nothing to lose в перекладі з англійської означає нічого втрачати, адже у когось ще є шанс на велике кохання. Вираз *come on* має апелятивну функцію, це заохочення до певної дії або способу мислення, в даному випадку до відмови від песимістичних думок.

4. Назви осіб з негативною конотацією.

Залежно від теми, що обговорюється, на інтернет-форумах з'являються негативно забарвлені персональні назви. У польській мові вони класифікуються як особові імена. З матеріалу було вилучено переважно іменники, які в образливій формі називають інших користувачів форуму. Підлітки, вживаючи ці імена, порушують правила, що стосуються особистої та мовної культури.

Принизливі слова, які безпосередньо стосуються чоловіка чи хлопчика: *debil, typ, typek, dupek, fagas, frajerzyna, pedał, ciota, gejj, skurwiel, świnia, frajer, kujon, morda* натомість ті, що стосуються жінки чи дівчини: *suka, tapeciara, blachara*.

Можна виокремити, що підлітки часто вживають вираз *typ* (друг або молодий хлопець) та зменшувально-пестливе *typek* (до лексеми додано формантне закінчення – *ek*, що має іронічний підтекст). *Frajer i frajerzyna* мають однакове значення. У другому випадку до кореневого слова додавався суфікс - *yna* з метою подальшого щоб ще більше підкреслити принизливий характер цього терміну [59].

Frajer - це бездумна людина, яку легко обдурити на будь-яку тему. *Kujon* - це учень з вражаючими академічними досягненнями, який зазвичай має великі проблеми з прийняттям з боку однолітків і зазвичай сприймається як неповноцінний у менталітеті молоді [59].

Świnia - це первісна назва тварини, але коли чоловік обманює жінку, він може бути названий так і нею, що, безумовно, неприємно для нього. У лайливому слові *skurwiel* закладено сильний негативний відтінок, що позначає несправжню людину з поганими намірами, яка видає себе за когось, кому довіряють. *Morda* найчастіше асоціюється з людським обличчям, але підлітки висловлюються таким чином про хорошого знайомого, друга. Останній вираз, що негативно ставиться до чоловіка, виокремлений з матеріалу дослідження, *fagas* - людина, з якою ми не маємо наміру залишатися, відчуваємо до неї огиду, також вона сприймається як звичайний брехун.

За спостереженнями, виразів, що образливо називають жінку чи дівчину, було набагато менше, ніж чоловічих імен. *Tapeciara* називають дівчину, яка має перебільшену кількість макіяжу на обличчі. Ще одна лексема - *blachara*, яку цікавлять лише чоловіки з брендовим автомобілем, бажано останньої моделі.

До цієї групи також можна віднести різні прізвиська. Вони належать до антропонімічної системи польської мови, є одними із варіантів особового імені, найважливішим варіантом якого є прізвище. Владислав Любаш показав, що в сучасній польській мові можна використати понад 200 варіантів для найменування конкретної особи [51]. Про прізвисько як особове ім'я він пише, що воно є факультативним, екологічним найменуванням, негативно характеризується, створюється зі стилістично-характеризуючою або еколого-ідентифікуючою метою, та є допоміжним.

Любаш наголошує на принизливому характері прізвиस्क, що і вважає їх відмінною рисою. Складається враження, що насправді переважна більшість прізвиस्क є принизливими. Однак, аналізуючи прізвиська у "Słowniku gwary uczniowskiej", можна побачити, що багато прізвиस्क позбавлені пейоративності, просто нейтральні в цьому плані, а деякі навіть меліоративні.

Факультативність прізвиस्क можна розуміти двояко: по-перше, що вони даються не всім вчителям чи учням, а по-друге, що один і той самий вчитель може мати кілька прізвиस्क, які даються йому на різних етапах його роботи в школі групами учнів, що швидко обмінюються ними з плином часу.

З точки зору шкільного спілкування учнів, прізвиська вчителів - це нелегальне явище, тоді як студентські прізвиська є легальними.

Найповнішу лінгвістичну монографію на тему прізвиस्क написав Казімежа Длугоша і вона має назву *Przezwiśka uczniów z Kielecczyzny*.

Прізвиський ономастичний матеріал у праці Длугоша класифіковано за одинадцятьма групами. Їх було визначено на основі отриманої від студентів інформації про смислову мотивацію прізвиська. До таких груп належать наступні:

- прізвиська від фізичних властивостей;
- прізвиська від психологічних властивостей;
- прізвиська від імен;

- прізвиська від прізвищ;
- ситуативні прізвиська;
- прізвиська від способу мовлення та фонетичних особливостей артикуляції;
- прізвиська від назв професій, посад;
- родинні прізвиська;
- локальні прізвиська;
- незрозумілі прізвиська.

5. Фрази та вирази з позитивною конотацією.

Особисті імена з негативною конотацією були представлені вище. Крім того, на форумі з'явилися сленгові та розмовні вирази, які оцінюються позитивно. Серед них можна виділити категорії особових імен, до яких належать прислівникові вирази: *fajnie, super, spoko, git, na serio, lajtowo, w ciul duzo, na maха*, прикметників вирази: *totalne, mega, boski* та назви осіб *chłopak, laska, gość, ziomek, partnerka, kumpel, gwiazdeczka, panna, ludziska* [22].

Розмовний вираз *fajnie* повторювався аж дев'ятнадцять разів у всіх думках учасників форуму і є найпопулярнішим способом висловлення думки про ту чи іншу подію ситуації. Це може бути *super, git, spoko* тобто цікаво, дуже добре, чудово, чудово тощо. Однак, згадані слова використовуються значно рідше у порівнянні з популярним *fajnie*.

Декілька прикладів вживання: „*Na serio* biegałam przez dwie godziny po lesie”, „*Lajtowo* onapisałam sprawdzian z chemii”, „*Wczoraj* opowiadał mi *w ciul duzo* śmiesznych dowcipów, już *na maха* mnie tym denerwował”.

Молодіжний сленговий термін *lajtowo* перекладається як без найменших проблем.

Вираз *w ciul* (надзвичайно, багато, дуже) нелогічний на перший погляд, адже обидва слова мають однакове значення, тоді як *na maха*, означає, що когось довели до межі, випробували на міцність його терпіння.

Mega - прикметниковий вираз, який позитивно підкреслює стан якогось явища. У підлітковому сленгу є термін *totalne*, що перекладається як повний. Ще є також підлітковий вислів *boski*, тобто чудовий, дивовижний або найкращий. Найчастіше це стосується оцінки характеру і зовнішності людини або експлуатаційних якостей товару.

Особова назва *chłopak* класифікується як іменник чоловічого роду, який має нейтральний характер. Інший вираз - *gość*. У підлітковому сленгу під ним розуміють людину, яку знають в обличчя. *Kumpel* і *ziomek* - найкращі друзі.

Сленговий термін *laska* - це, іншими словами, гарна дівчина. *Partnerka* - це супутниця життя чоловіка [59]. В іронічному контексті молодь використовує на форумі термін *gwiazdeczka*. Молода дівчина, яка завжди виглядає добре, з ідеально нанесеним макіяжем на обличчі, часто виділяється з натовпу. Останній вираз зі сленгового репертуару *rapna* у розмовній мові означає незаміжню жінку. Фраза *ludziska!* була написана як у множині. Походить від однини слова народ. Закінчується вона знаком оклику, що ще більше підкреслює емоційність висловлювання.

Мова підлітків не завжди повинна асоціюватися виключно з використанням ненормативної лексики та вульгаризмів, оскільки позитивні терміни також присутні. Як видно з наведених вище сленгових виразів, мовний репертуар підлітків великий і постійно розширюється. Іноді значення одного виразу може бути записано в різних формах. Крім того, підлітки використовують у своєму мовленні форми англійської мови або аббревіатури, що ускладнює їхнє самовираження. Варто також зазначити, що молодь формує власну ідентичність через мову, якою вона користується.

3. ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АНАЛІЗ СЛЕНГОВОЇ ЛЕКСИКИ

3.1 Способи перекладу лексичних одиниць сленгу

Молодіжний сленг польської мови є багатограним соціокультурним та соціолінгвістичним явищем, яке є предметом дослідження та зацікавлення не тільки лінгвістів, але й перекладачів, які перекладають літературні твори та серіали, фільми та телепередачі з польської мови на українську.

Замислюючись над перекладом сленгу, перекладач повинен постійно пам'ятати про всіх носіїв мови, як тих, хто його не вживає, так і тих, хто не тільки вживає, але й ідентифікує себе з ним. Сленг слід розглядати як соціально "живий" організм, а не як соціальний "витвір", оскільки його поява зумовлена просто потребами в найменуванні, іноді більш частими, ніж у випадку створення формального реєстру для кожної національної мови. Складність перекладу, а точніше відтворення слів і виразів на сленговій мові - це не тільки проблема. Складність перекладу, а точніше передачі сленгових слів і виразів, полягає в тому, що сленг, як спосіб неофіційного спілкування, тісно пов'язаний з певним фрагментом дійсності, який є особливо важливим для його користувачів. Цей "фрагмент реальності" є джерелом занепокоєння для перекладачів сленгу та текстів, що містять розмовний реєстр, оскільки він відображає комунікативну реальність певної спільноти, вписану в конкретний соціальний вимір.

Сленг має виразну мовну та соціальну специфіку, а також добре виражене емоційно-експресивне забарвлення, через що перекладачеві доводиться вдаватися до різноманітних видів трансформації та техніки перекладу. Крім того, молодіжний сленг - це спосіб самовираження сучасної молоді. При перекладі сленгових одиниць з польської мови на українську, необхідно враховувати реалії світу, в якому перебуває народ носії сленгу.

Загалом більшість науковців під час перекладу сленгу використовують такі основні способи як: *транскрипція, транслітерація, калькування, описовий переклад, переклад за допомогою прямого включення та приблизний переклад*. Однак, оскільки сленг має чітке стилістичне та емоційне забарвлення, завдання перекладача полягає у використанні найбільш вдалу трансформацію, щоб український читач/глядач мав таку ж емоцію, як польський.

Науковці також доповнюють, що «коли йдеться про значення нестандартних одиниць в оригіналі, що перекладається, і про передачу їх певними одиницями мови, на яку перекладається текст, звичайно не можна не зважати на контекст, в якому вони є в оригіналі і повинні бути в перекладі» [13].

Англiцизми складають близько половини лексичного складу молодiжної мови. Для носiїв цього соцiолекту такі вирази збагачують та насичують мовний переказ назвами нових об'єктiв реальностi що приходять до польської або української мов разом з вiяннями культури Заходу.

Головним прийом для перекладу англiцизмiв та запозичень взагалом є калькування. Цей прийом широко використовується для трансформацiї iнтернацiоналiзмiв. Передача семантичного значення слова відбувається на рiвнi цiлих елементiв, напр. виразiв. В результатi перекладене слово має виразну iдентичность з оригiналом. Iлюстрацiєю використання такої технiки є тлумачення назви доларiв США в польському та українському сленгу [9]. Обидва вирази: українські *бакси* та польські *baksy* це лексикальнi запозичення з американського сленгу. Такi вирази зазвичай є iнтернацiоналiзмами тому знайти дослiвнi вiдповiдники в тiй чи iншiй мови не створює труднощiв.

Приклад перекладу: *Wczoraj dostałem kilka baksów od swojego pracodawcy.* – *Вчора отримав кілька баксів від свого роботодавця.*

В тлумаченi українського виразу *бакси* є два значення: 1. долари. *Вчора зателефонувава брат та попросив позичити йому штуку баксів.* 2. грошi. *На цiй справi можна було б заробити купу баксів.*

Продовжуючи тему фінансів можна навести ще один приклад перекладу. Вираз *hajs* в польському молодіжному соціолекті означає “гроші”. Відповідником в українській мові є вираз *бабки*, який має відповідне семантичне значення.

Транскрипція використовується при перекладі запозичень або навіть текстів, що характеризуються специфічними мутаціями мови (на рівні синтаксису або вимови), що змушує перекладача вдаватися до нестандартних перекладацьких моделей поведінки, які найчастіше проявляються у створенні перекладачем неологізмів.

Однією з характерних рис польської сленгової лексики є використання закодованих елементів, так званих "маркерів". Польська молодь часто використовувати загальні назви для позначення власних назв. Таким чином, для опису парк розваг можна почути поняття *Afryka*. Перекладач не може дослівно перекласти речення *chodźmy na tą Afrykę, rozerwiemy się*. Українською мовою не існує сленгової одиниці для позначення парку розваг. Таким чином, ми можемо застосувати лексичну трансформацію, а саме прийом "компенсації", перекласти другу частину речення, використавши більш стилістично забарвлений еквівалент. Дана методика застосовується у випадках, коли окремі елементи тексту не мають еквівалентів, тому для того, щоб "компенсувати" семантичну та емоційність, перекладач свідомо трансформує нейтральну лексику в більш емоційний. Таким чином, доречно було б перекласти вираз *rozerwać się* "відірватися, потусити" (сленговий еквівалент слова розважатися).

У теорії перекладу існує поняття "контекстуальна заміна" - за наявності контекстуального лексичного еквівалента, перекладач свідомо використовує іншу лексичну одиницю, яка буде більш доречною в даному контексті. У цьому випадку перекладач не може звернутися до жодного словника, оскільки цей метод вимагає перекладача до творчого пошуку, його навичок та інтуїції.

Часто при перекладі сленгу може використовуватися "переклад антонімом", якщо це стилістично доречніше. Це не тільки лексична трансформація, але й граматична, оскільки синтаксис речення, якому з'являється сленговий вираз, часто змінюється. Антонімічним перекладом є, наприклад, трансформація виразу *ogarniasz to?* - *не шариш?* (*не розумієш?*).

Приклади перекладу

Оригінал

- Siemanko! Co robisz?
- Wszystko kul, A u ciebie?
- Beznadzieja! Znowu leje z dyrą.
- To ją zlej i chodź na wajsy.
- Noł, fenks [no, thanks].
- Dobra. Spadam. Nara!
- Nara!

Переклад на українську

- Хай! Що робиш?
- Крутяк, а в тебе?
- Безнадія, знову зашкварна ситуація
- То забий на неї і пішли на тусівку.
- Ні, дякую
- Добре, давай пока!
- Пока!

Оригінал

- Idziesz zajarać?
- No, a masz fajer?
- Mam. Pewnie za budką jest już cała buda i są zjarani.
- Musi tam być niezła klima.
- Jakby teraz wyjechała dyra, to byłyby kratki. Każdy by pitał.

Переклад на українську

- Йдеш зтянутись?
- Да, а в тебе є сигарета?
- Є. Наверно за школою є вся компашка.
- Там має бути дуже чілова атмосфера
- Якби зараз появився директор, то був би капец. Кожен би получив.

Розглянемо трансформацій деяких найпопулярніших польських сленгізмів на українську мову. Вирази, їх переклад та опис використаних прийомів розміщені в таблиці.

Вираз	Переклад на українську мову	Методи, прийоми перекладу
selfie, selfiak	селфі	комунікативний метод, дослівний, буквальний переклад
LOL	ЛОЛ	комунікативний метод, дослівний, буквальний переклад, калькування
hejter	хейтер	комунікативний метод дослівний, буквальний переклад
lajki	лайки	комунікативний метод, дослівний, буквальний переклад
fiszka	пеніборд	лексико-семантична трансформація
laska	фіфа	лексико-семантична трансформація

crush/krasz	краш	комунікативний метод, дослівний, буквальний переклад
ogarnianie się	наряджатися	граматична трансформація – зміна частини мови
kaszalot	тумба	лексико-семантична трансформація
sztos	супер-пупер	лексична трансформація – генералізація
spotkandka	стрілка	лексико-семантична трансформація
pierdolnąć jak łusy grzywką o parapet	протупити	лексична трансформація – цілісне перетворення
gul	охрінити	граматична трансформація – зміна частини мови
unlucky	непруха	граматична трансформація – зміна частини мови
speediarz	нарік, наркот, нарк, наркоша, нарколига, наркуша	лексична трансформація – конкретизація
urwać się z chinki	з дуба впасти	ідіоматичний переклад

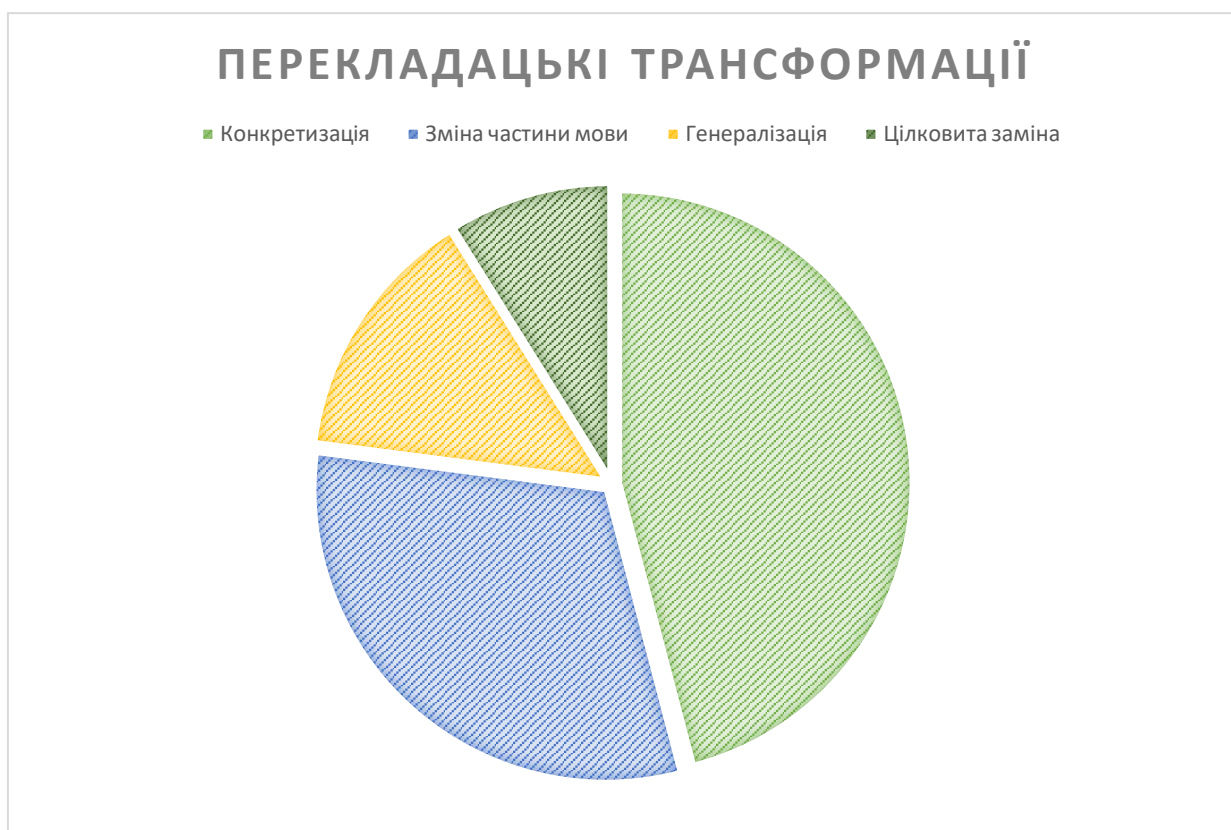
matula	матильда	лексична трансформація конкретизація
nabijać kota w bambus	вішати лапшу	ідіоматичний переклад
rajac	кіндер сюрприз	комунікативний метод, лексична трансформація конкретизація
talary	кеш	комунікативний метод, лексико-семантична трансформація
ślimak	капуша	лексико-семантична трансформація
crazy	крейзі	комунікативний метод, дослівний, буквальный переклад
żyleta	звезда	комунікативний метод, лексико-семантична трансформація
kalafior	так сяк	ідіоматичний переклад
szmalarny	при бабках	вільний переклад, граматична трансформація – зміна частини мови, лексична трансформація – цілісне перетворення

Таблиця 3.1

На основі даних з таблиці можна створити діаграми, в яких запрезентовані результати в відсотках.



Діаграма 3.1



Діаграма 3.2

Незважаючи на те, що існує багато різних методів, прийомів перекладу сленгу, перекладачі завжди прагнутимуть до пошуку більш ефективних шляхів. Загальновідомо, що перекладачі користуються різноманітними двомовними словниками, що допомагає їм легше зробити вибір, знайти еквіваленти, але проблема в тому, що часто такі словники пропонують кілька варіантів перекладу. Ви можете вибрати еквіваленти спираючись на власну інтуїцію, але цей шлях не зовсім професійний.

Одним із способів вибору відповідного еквівалента є семантичний або компонентний аналіз який проводиться з одиницями одного поля або семантичної групи польською та українською мовами. Цей метод є дещо трудомістким, але він забезпечує найкращий можливий результат. Цей спосіб ефективний, якщо в тексті міститься багато синонімів з одного семантичного поля, а якщо контекст не допомагає визначитися, який саме еквівалент є найбільш об'єктивним та оптимальним.

Спробуємо використати цей метод на основі семантичного аналізу одиниць семантичного поля "характеристика людини" групи "принизливі назви осіб чоловічої статі". Для аналізу візьмемо слово з цієї групи *świr* "неврівноважена людина або любитель подуріти", "божевільний", "крейзі" який часто зустрічається в літературних творах для молоді. *Świr* - це слово з англійської мови є сленговим словом і є зневажливим терміном, який може бути використаний для опису психічно хворої особи або особа, яка поводить ся так, ніби вона хвора.

Від цього іменника утворилося дієслово *świrować* - "поводитися легковажно, несерйозно". Двомовні словники надають наступні варіанти перекладу на українську: псих, божевільний, поїхавший, шизик.

Для проведення семантичного аналізу спочатку необхідно визначити кожен варіант перекладу за допомогою перекладацького словника. Псих "психічно нерівноважена людина"; чокнутий "психічно ненормальний"; поїхавший "божевільний"; шизик "психічно ненормальний" [9].

Архісема всіх цих слів - "ненормальний". Але у випадку з визначенням найкращих еквівалентів, найважливішими з яких є семи *świr*, за допомогою яких буде зроблено аналіз українських відповідників - диференціальних сем.

Для того, щоб виокремити ці семи, потрібен більш детальний аналіз значень. Псих утворилося від слова "психопат", яке описує людину, що дуже гостро реагує на все, що відбувається навколо неї, надмірно виражає його емоції. Звідси виокремлюємо сему "емоційний".

Чокнутий походить від російського чокаться, тобто бити себе, тому це фізичний дефект після удару, як правило, в голову. Базовою семою є "проблема з головою (мозком)".

Жаргонне слово поїхавший утворилося від фразеологізму "поїхав дах", дах символізує голову, що в свою чергу означає, що такій людині бракує голови, тобто бракує розуміння реальності, здорового глузду. Але це слово має

й інше значення, а саме стан, коли людина не може впоратися з якимось питанням або дуже втомилася.

Шизик - найбільш зрозуміле слово, оскільки вказує на зв'язок з шизофренією - психічним розладом, який прогнозує емоційний зрив і погіршення розумових процесів. Диференціальні семи цього слово - "емоційний зрив" і "розлад мислення".

Всі ці слова також мають спільний сем: "дивна поведінка", "дивна людина", "психічна неврівноваженість".

Але є більш важливі семи, які розрізняють ці слова - диференційні семи: "емоційний", "проблеми з головою", "нерозуміння реальності", "відсутність здорового глузду", "емоційний зрив", а також "розлад мислення", "ланка шизофренії", "хвора людина".

Świr, з іншого боку, включає в себе такі семи: "поводиться дивно" (ця сема присутня у всіх словах), "психічно хвора людина", "людина, яка любить дуріти" (ця сема відсутня в жодному українському еквіваленті), "емоційно неврівноважена людина" "психічно хвора людина".

З наведеного аналізу випливає, що слово псих є найкращим еквівалентом виразу *świr*, оскільки містить чотири з п'яти диференційних сем. Це хороший відповідник все ж таки через рівноправність частин мови - *świr* і псих є іменниками, на відміну від поїхавший, чокнутий. Слово шизик також має чотири семи, але головною відмінністю, яка заважає нам обрати цю одиницю, є зв'язок із шизофренією (у слові *świr* цей сем відсутній). Але ми можемо використовувати й інші еквіваленти, якщо цього вимагає контекст.

Можна зробити висновок, що комунікативний метод домінує тоді, коли переклад сленгових одиниць, що обґрунтовується тим, що сленг покликаний підкреслити ставлення мовця до інформації, викликати у читача певні емоції, а також використовувати "замасковані" слова, які виступають кодом для певної групи людей - молоді. Комунікативний метод передбачає, що перекладач намагається викликати у читача перекладеного тексту той самий

ефект, який отримав читач оригіналу. При перекладі сленгових одиниць це припущення є першочерговим.

Методи дослівного та вільного перекладу використовувалися майже на всіх однакових рівнях, що свідчить про те, що перекладач не має однієї конкретної стратегії. Використовувалися як прямий, так і непрямий методи перекладу, але однак домінує непрямий метод перекладу, оскільки основним завданням Завдання перекладача в цьому випадку полягає не в тому, щоб знайти ідеальний еквівалент смисловий еквівалент, а радше шукати вираз, який це передає емотивність, яка міститься в слові вихідного тексту.

Підсумовуючи, можна сказати, що при перекладі сленгової лексики, основне завдання перекладача - трансформувати лексичні елементи таким чином, щоб зберегти стилістичне та емоційно-експресивне забарвлення, яке присутнє в оригінальному тексті.

3.2 Перекладацькі труднощі в процесі сленгових трансформацій

Складність полягає у перекладі окремих лексем. Сленгові одиниці у більшості випадків польською та українською мовами відрізняються один від одного (крім одиниць, запозичених з англійської, німецької та ін. мов).

Деякі одиниці не перекладаються безпосередньо через відсутність прямого аналога в мові перекладу. Тому перекладачеві доводиться знаходити або навіть вигадувати цей аналог. У цьому випадку роль перекладача змінюється на роль автора, який повинен вигадати оказіоналізм. Цей оказіоналізм має якомога точніше передавати зміст та емоційне забарвлення і зберігати форму разом з авторською індивідуальністю (імітацією авторського стилю).

Можна визначити процес перекладу як міжмовну комунікацію, де кожен акт комунікації є конкретно перекладацькою ситуацією, яка вимагає певної стратегії перекладу. Кожна стратегія визначається низкою факторів, найважливішими з яких є мета перекладу, тип тексту, що підлягає перекладу

Вибір стратегії визначає рівень еквівалентності та адекватності в тексті перекладу. Саме тому вибір стратегії відіграє таку важливу роль, адже найголовніше завдання перекладача - зробити текст максимально еквівалентним та релевантним.

Кожен погодиться з твердженням, що при перекладі сленгових одиниць необхідно враховувати фактор часу, адже сленг пов'язаний зі зміною поколінь, і саме тому невдало підібраний еквівалент може стати анахронізмом.

Через відсутність еквіваленту в українській мові доводиться вдаватися до прийому описового перекладу сленгу. Це твердження співзвучне з думкою світових теоретиків і практиків перекладу, які вважають, що при перекладі сленгових одиниць необхідно або шукати аналогічний сленгізм з більш-менш такою ж експресивністю, або йти шляхом тлумачення і роз'яснення значення, тобто використовувати описовий прийом перекладу.

Перекладачеві слід також мати на увазі, що використання ненормативної лексики залежить від ситуації, контексту, сфери вживання, кола читачів тощо, адже сленг повністю зрозумілий лише представникам відносно вузького кола людей, що належать до певної соціальної або професійної групи, яка ввела в обіг це слово або вираз. Дійсно, сьогодні сленг розуміють так само, як і розмовну мову, але до кінця сленг розуміють лише носії мови. Перекладач, який використовує "недоречний" сленг, може викликати у читача лише сміх, розгубленість, збентеження, несхвалення і т.д., а це, в свою чергу, порушить атмосферу, яку хотів передати автор оригінального тексту.

Ще одна складність перекладу сленгових одиниць з польської мови на українську мову це суттєва різниця на лексико-семантичному рівні, хоча напрямок лексико-семантичного варіювання слів у цих мовах більш-менш однаковий. Як польські, так і українські сленгізми утворюються шляхом лексико-семантичного варіювання загальнонародних слів. Але слова з українського сленгу, які за своїм основним значенням відповідають

польським, але не мають варіантів з необхідним експресивним маркером, не можуть бути використані в перекладі.

Серед досліджуваного матеріалу польських та українських сленгізмів можна виокремити групу слів, що характеризується однакою звучанням але має різне значення. Такі вирази створюють певні труднощі для перекладачів, а саме труднощі з розумінням правильного сенсу та віднайденням відповідників які найкраще передають семантичне значення виразу.

Саме для таких пар сленгізмі Ришард Ліпчук пропонує термін тавтоніми: це слова, що зустрічаються в двох (або більше) мовах, які мають подібну форму, але різні значення, зазвичай це слова іншомовного походження. Їх формальна схожість може бути причиною того, що вони помилково сприймаються як семантичні еквіваленти, що, в свою чергу, призводить до їх неправильного вживання. Такі помилки допускають навіть люди, які добре просунулися у вивченні іноземної мови, в тому числі перекладачі, і не рідко можна зустріти неправильне ототожнення значень таких виразів у двомовних словниках.

Прикладом українсько-польських сленгових тавтонімів є дієслівна пара *zakositi* "ухилитися" і *zakosić* "вкрасти". В українському сленгу дієслово *zakositi* найчастіше з'являється в сталому виразі "zakositi від армії" але також можливі варіанти варіанти "косити від роботи". Сленг допускає розбіжні варіанти не тільки в лексиці, але і в граматиці, в тому числі і в синтаксисі дієслова.

Сленгові польсько-українські тавтоніми утворюють також іменники *szmal* "наркотик з коноплі" і *szmal* "гроші" та дієслова *buchnąć* "випивати" і *buchnąć* "красти".

Приклади функціонування виразів:

На кожній вечірці була хоча б одна людина, що приносила *szmal*.

Ta praca może oznaczać szybki *szmal*.

Його друзі завжди любили *buchnąć* після робочого дня.

Oni planują *buchnąć* auto jakiegoś poważnego urzędnika.

Слово *ксива* не може бути передане в польському сленгу як *ksywa*, хоча обидві форми походять від давньоєврейського *ksiwes*, що походить від дієслова *kosaw* "писати документ". Дійсно, ксива не є ні псевдонімом або прізвиськом, ні терміном ув'язнення, ні злочинським сленгом. Вираз означає "документ, що посвідчує особу", у цьому випадку його можна перекласти як польський сленговий *legit* або *papier* [45].

Приклад:

Часто бувають випадки коли люди підроблюють ксиви.

Żeby dostać stypendium muszę złożyć papiery w dziekanacie.

Складність перекладу, а точніше передачі сленгових слів і виразів, полягає в тому, що сленг як спосіб неофіційного спілкування тісно пов'язаний з певним фрагментом дійсності, який є особливо важливим для його користувачів. Цей фрагмент дійсності може швидко змінюватися, а разом з ним і сленг. Картини світу рідко перетинаються. Наприклад, в українському молодіжному сленгу існує вираз *фікса* як назва вставного металевого зуба або коронки. Окремого терміну в польському студентському сленгу немає з двох причин: по-перше, в Польщі, принаймні віднедавна, поширена увага до профілактики зубів, а по-друге, вставлені металеві зуби, навіть якщо вони позолочені, не вважаються елегантними.

ВИСНОВКИ

Стиль висловлювань на форумі визначається типом контакту (неформальний, симетричний) та контексту розмови. Форум є місцем зустрічі відправників та одержувачів, де змішуються і переплітаються різні стильові різновиди. Домінуючою біолектальною особливістю форумчан, однак, є використання розмовної лексики, яка тут є не лише мовно-стилістичною категорією не лише мовно-стилістичну, але й культурну - пов'язану з молодіжною (суб)культурою, засвоєння зразків і моделей популярної культури (поп-культури). Найпоширеніші помилки стилю (перебільшена розмовність, емоційність, нерідко агресивність) є наслідком сплати більшої уваги до контакту та змісту повідомлення, а не до його форми, а також слабке володіння правилами організації письмового тексту. Експресія в першу чергу виражає прихильність автора. Залежно від характеру допису, він може підкреслювати безпосередній зв'язок між автором та адресатом, а може бути елементом творчості чи створення власного іміджу. творчість або створення власного іміджу в мережі.

Сленг завжди був предметом вивчення лінгвістів, оскільки це явище дуже суперечливе та обширне. З усіх соціальних різновидів сучасної мови польський молодіжний сленг виявляється найбільш значущою у своїй взаємодії з літературною мовою. Нестабільність лінгвокультурної ситуації на початку 21 століття сприяє широкому розповсюдженню лексичних одиниць молодіжного сленгу, які, втрачаючи соціальні зв'язки, стають відомими в різних соціальних групах, а деякі з них навіть проникають у літературну мову. У зв'язку з цим багато науковців порушують питання "занепаду мовної культури". Важливо також зазначити, що вони не обмежуються молодіжним середовищем, а розглядають проблему на національному рівні.

Аналіз сленгу як одного з найбільш специфічних видів лексики нелітературної лексики в структурно-семантичному плані дозволяє зробити

висновок, що сленгові лексеми є більш "відкритими" і зрозумілими, ніж жаргонізми та арго, а також відрізняються менш образливим змістом. Емоційно-оціночне ставлення користувачів до дійсності свідчить про ціннісні орієнтації та внутрішній особистісні риси мовця. Молодіжний сленг слугує засобом створення унікальними мовними особливостями і сприяє деавтоматизації сприйняття читача чи глядача.

Поколінною особливістю молодіжного соціолекту є так звані крилаті слова, тобто вирази, які є загальновідомими або модними серед молоді.

Серед наймодніших крилатих слів - оціночні вирази: *fajny; strasznie; totalny; wypas//wypasiony; odlot//odlotowy; super; cool; czasowy; dokładnie; świrować; ogarnij się.*

Комунікати поколінь тепер також включають смайлики та аббревіатури. Використання смайликів та аббревіатур є дуже популярним, іноді один смайлик або аббревіатура складають ціле висловлювання.

Підліткова мережева мова поєднує в собі елементи обмеженого коду (наприклад, простий синтаксис, масова лексика, надмірна розмовність та емоційність, значний мовний лібералізм, іконічність, неохайність форми та банальність змісту) та розвинутого коду (наприклад, креативність, барвистість, дотепність, мовні ігри, звільнення від шаблонів). Тому її не можна оцінювати однозначно негативно. Тому, здається, можна погодитися з тими дослідниками, які вважають, що польській мові не загрожує зникнення мови, якою користуються в Інтернеті. Інтернет - це лише місце для спілкування, тому він не стільки сприяє явищу функціональної неграмотності, яке все частіше спостерігається, скільки дає можливість його виявити.

Аналіз мови молоді на інтернет-форумах (та спостереження за повсякденною комунікативною поведінкою молодих людей та комунікативною поведінкою молодого покоління) підтверджує, що зміни в сучасній польській мові впливають на всі шари мови: лексичний (наприклад, запозичення та нові "модні слова" в цьому середовищі), словотвірний (наприклад, неологізація та

неосемантизація), фонетичний (наприклад, зміни в акцентуації), синтаксичний (зміни в рекурсивних моделях), флексійний (тенденція до незмінності власних назв).

В роботі здійснено структурно-семантичний аналіз окремих сленгових слів з різних семантичних полів на основі контент-аналізу молодіжних форумів, соціальних мереж для польської молоді. Було відібрано близько сотні одиниць з різних джерел для класифікації лексем молодіжного сленгу. За результатами аналізу цих підрозділів було відібрано базові лексико-семантичні поля, які найчастіше зустрічаються у мові польської молоді.

У другому розділі було розглянуто як сленгові лексеми функціонують в межах різних семантичних полів. Серед них виокремлено основні семантичні підгрупи. Джерелом дослідження були матеріали з Інтернет-форумів, дописів користувачів та матеріалів з молодіжних журналів.

Виходячи з цього, можна зробити висновок, що польські підлітки найчастіше вживають молодіжні сленгові слова, коли хочуть акцентувати увагу на емоційності та експресивності своєї відповіді, бо лексеми з цього семантичного поля зустрічаються найчастіше серед молодіжної комунікації.

Зміни у значенні сленгових одиниць описано у другому розділі. Семантичні зміни що відбуваються в межах слова, пов'язані, насамперед, з розвитком нових значень слова в процесі перенесення назви з одного об'єкта на інший через їх подібність або наявність постійних зв'язків між ними. Значення може або розширюватись, або звужуватись. Також можуть відбутися інші зміни, такі як наприклад, збільшення якості значення або зменшення цієї якості. Ці зміни створені за рахунок використання стилістичних прийомів: метафори, метонімії, синекдохи, антифразису тощо.

В третьому розділі були розглянуті основні методи та прийоми перекладацьких трансформацій. Слова порівнювалися з їх перекладом на українську мову з метою аналізу обраних методів, прийомів та перекладацьких трансформацій. Проведений аналіз свідчить, що перекладач, який перекладає

сленгові одиниці з польської мови на українську, найчастіше вдається до непрямого методу перекладу, який передбачає використання різних видів перекладацьких трансформацій. Це пов'язано з тим, що сленг належить до групи лексики, переклад якої майже ніколи не здійснюється знаходиться в рамках дослівного перекладу. Складність перекладу сленгу полягає насамперед у тому, що літературний переклад, який містить багато сленгу, повинен передати всі особливості тексту, не втрачаючи при цьому емоційного сприйняття (що є основною метою перекладу). Саме тому дослівний переклад не може мати місця в цьому типі перекладу.

Робота має як теоретичне, так і практичне значення. Теоретичне значення дослідження полягає в тому, що його результати сприятимуть подальшому розкриттю такого неоднозначного та багатогранного поняття, як сленг, питання, пов'язані зі структурою та семантикою сленгізмів; визначення найбільш ефективних способів та прийомів перекладу сленгових виразів українською мовою.

На підставі наведеної вище інформації можна зробити висновок, що всі цілі та завдання виконані. Також описані гіпотези дослідження, які були сформульовані у вступі були спростовані або підтверджені. Деякі з найбільш важливих тверджень, які були доведені в тексті роботи, полягають у наступному:

1) польський молодіжний сленг схожий на український молодіжний сленг. Це підтверджується не тільки подібністю семантичних значень лексем, але й схожими тенденціями розвитку.

2) сленг відрізняється від жаргону, аргю, але є частиною соціолекту. Ці поняття відокремлюються своїм значенням та функціями, які виконують у молодіжних комунікатах.

3) для перекладу сленгу слід використовувати такі прийоми, як переклад нейтрально забарвленої лексики. Важливим є збереження емоційної

забарвленості, яку передає мовець вживаючи сленгові одиниці в своєму комунікаті.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Арнольд И. В. Экспрессивные средства английского языка: сборник научных работ. Ленинград. гос. ин-т им. А. И. Герцена. Ленинград. 1975. С. 123-126.
2. Білецька О. Стан і тенденції мовної субкультури сучасної молоді України: монографія. КНУКіМ. Київ. 2016. 187 с.
3. Бондалетов В. Д. Социальная лингвистика: Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по спец. №2101 „Рус. яз. и лит.” Москва. Просвещение. 1987. с. 74
4. Булаховський Л. А. Нариси з загального мовознавства. Київ: Рад. шк., 1959. 307 с
5. Виноградов В. В. Основные типы лексических значений слова. *Избранные труды. Лексикология и лексикография.* Москва. 1977. С. 162–189.
6. Голубовська, І. Мова соціальних мереж як новітній лінгвістичний феномен. Мовні і концептуальні картини світу. Київ. 2015. Вип. 55, ч. 2. С. 49–56.
7. Грибовий П. Український молодіжний сленг як лінгвокультурний феномен. Компаративні дослідження слов'янських мов, вип. 11, 2010, с. 34–37.
8. Друм Т. Сленг: погляд зсередини. Львів : Дивослово; 1998. № 12. С. 4-5
9. Кондратюк Т. М. Словник сучасного українського сленгу. Харків: Фоліо, 2006. 350 с.
- 10.Макарова О. С. Статистичне вимірювання ступеня продуктивності лексикосемантичних інновацій у сучасному медіа-дискурсі (на матеріалі

- італійської та української мов) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.21. Київ, 2016. 242 с.
11. Мартос С. А. Молодіжний сленг у мовленнєвій структурі м. Херсона: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 „Українська мова” / С. А. Мартос; Луганський національний педагогічний ун-т ім. Т. Шевченка. – Луганськ, 2006. – 20 с
12. Низенко Я., Григоренко Н. Основні труднощі адекватного перекладу нестандартної лексики англійської мови. URL: http://www.rusnauka.com/16_NPRT_2012/Philologia/6_111668.doc.htm (дата звернення 10.12.2022)
13. Пиркало С.В. Сленг: ненормативно, але нормально. *Урок української*. 2002. № 2. С. 26-28
14. Руденко М. Загальнолінгвістичний аспект вивчення сленгу (50-і рр. XIX ст. – початок XXI ст.). *Теоретичні й прикладні проблеми сучасної філології* : збірник наукових праць. Слов'янськ. Випуск 7. С. 8–20.
15. Ставицька Л. О. Арго, жаргон, сленг: Соціальна диференціація української мови. Київ. *Критика*. 2005. 464 с.
16. Ставицька Л. Український жаргон. Словник: Містить близько 4070 слів і понад 700 стійких словосполучень. *Критика*. Київ. 2005. 496 с.
17. Стрига Е. В. Комп'ютерний сленг у сучасній англійській мові: походження та функціонування. *Записки з Романо-Германської Філології*. 2014. №1. С.186-191.
18. Хомяков В. Вступ до вивчення сленгу – основного компонента англійського просторіччя. Вологодский госй пед-й ин-т. Вологда. 1971. 104 с
19. Щур І. І. Українськомовний комп'ютерний сленг: формування і функціонування: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол.

- наук: спец. 10.02.01 *Українська мова* Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т філол. Київ. 2006. 20 с.
20. Adler R., Proctor R., Rosenfeld L. Relacje interpersonalne. Proces porozumiewania się. Przeł. G. Skoczył. Poznań: Dom Wydawniczy REBIS. 2018.
 21. Barańczak S. Użycie języka w poezji: zwięzłość i wieloznaczność, [w:] Bartmiński J. (red.). *Współczesny język polski*. Lublin. 2010. s. 147-153
 22. Błazczak A. Dyskurs młodzieżowy na forach internetowych. Uniwersytet Kazimierza Wielkiego W: *Przegląd Pedagogiczny*. Bydgoszcz. 2020. nr 1, s. 369-382
 23. Buttler D. Słownictwo środowiskowo-emocjonalne we współczesnej polszczyźnie. *Poradnik Językowy* z. 1-2. 1959. s. 68-78.
 24. Czarniecka M. Uczniowska odmiana współczesnej polszczyzny w świadomości jej użytkowników. Poznań: Wydawnictwo „WiS“. 2000.
 25. Czarniecka K. Zgółkowa H. Słownik gwary uczniowskiej. Poznań. 1991
 26. Grzeźnia J. Komunikacja językowa w Internecie. Warszawa, 2006, S. 145 – 146.
 27. Data K., Wpływ komunikacji sieciowej na współczesną polszczyznę [w:] *Tekst (w) sieci*. Red. Danuta Ulicka. Warszawa 2009.
 28. Dejna K., Ile mamy języków polskich?, *Język Polski* LX. 1980. s. 30-43.
 29. Drabik L., Sobol E. Słownik języka polskiego. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. 2007.
 30. Dubisz S. Słownik i słownictwo, [w:] *Uniwersalny słownik języka polskiego*, t. 1, Warszawa. 2003.
 31. Dubisz S. (red.) *Uniwersalny słownik języka polskiego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. 2003.

32. Dubisz S., *Polszczyzna X X wieku: ewolucja i perspektywy rozwoju*. Red. Stanisław Dubisz, Stanisław Gajda. Warszawa 2001.
33. Dunaj B. *Słownik języka polskiego*. Poznań: Wydawnictwo IBIS. 2015
34. Filciński P. Wójtowicz S. *Hip-hop. Słownik*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa. 2007.
35. Godzic W., *Język w Internecie. Czy piszemy to, co myślimy?* [w:] *Język w mediach masowych*. Red. J. Bralczyk, K. Musiołek-Kłosińska. Warszawa 2000.
36. Grabias S. *Język w zachowaniach społecznych*. Lublin. 1997
37. Gajda S., *Media - stylowy tygiel współczesnej polszczyzny*. W: Bralczyk Jerzy, Mosiołek-Kłosińska Katarzyna: *Język w mediach masowych*. Warszawa 2000.
38. Grzenia J., *Komunikacja językowa w Internecie*. Katowice 2007.
39. Hejwowski K. *Kognitywno-komunikacyjna teoria przekładu*. Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2009. 198 s
40. Jagodzińska J., *Uśmiech i śmiech w dyskusjach internetowych - o sposobach zapisu uczuć towarzyszących wypowiedzi* [w:] *Poradnik Językowy*, 2000, nr 3, s. 38-49.
41. Jędrzejko E. *Składnia, style, teksty*. Katowice .2005. s. 9
42. Jędrzejko E., *Język w sieci - czyli jeszcze o czacie i innych formach komunikacji internetowej*. *Nowe media - nowy styl?* [w:] *Socjolingwistyka* 2012, nr 26.
43. Kaliszan J. *Kompresja strukturalna w nowym słownictwie rosyjskim*, *Studia Rossica Posnaniensia*. 1995. s. 167–172
44. Kasperczak M., Zgólkowska H. (red.) (2004). *Nowy słownik gwary uczniowskiej*. Wrocław: Wydawnictwo Europa.

45. Kaczmarek L., Skublanka T., Grabias S. Słownik gwary studenckiej, Wrocław. 1974.
46. Klich E., Ciuła P., Czarnecki Wł. Przyczynki do gwary uczniowskiej w Poznaniu i Trzemesznie, *Slavia Occidentalis*, t. VI. 1997. s. 290–307.
47. Korzeniewska I. (2010). Potoczne zachowania językowe młodzieży. URL: http://dlibra.umcs.lublin.pl/Content/21684/czas17868_28_1_2010_4.pdf
(дата звернення 05.12.2022)
48. Kulesza B. Najnowsze anglicyzmy w języku prasy młodzieżowej. Anglicyzmy we współczesnym języku polskim – zarys problemu. URL: http://pmichal-kwartjez.home.amu.edu.pl/teksty/teksty2010_3-4_3-4/Kulesza.pd (дата звернення 05.12.2022)
49. Laskowski R. Derywacja wsteczna, [w:] Urbańczyk S., Kucała M. (red.), 1999, Encyklopedia języka polskiego. Wrocław–Warszawa–Kraków: Zakład Narodowy im. Ossolińskich Wydawnictwo. 1995. s. 65.
50. Lipiński K. Vademecum tłumacza. Kraków: Idea, 2006. 187 s.
51. Lubaś Podstawowe cechy i funkcje potocznej odmiany polszczyzny. Opole 2003. s. 177.
52. Majkowska G., Satkiewicz H. Język w mediach, [w:] *Polszczyzna 2000. Orędzie o stanie języka na przełomie tysiącleci*, pod red. W. Pisarka, Kraków. 1999. s. 181-196
53. Mańczak-Wohlfeld E. (2010). Słownik zapożyczeń angielskich w polszczyźnie. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
54. Markowski A. Kultura języka polskiego. Teoria. Zagadnienia leksykalne. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. 2005
55. Mead, M. Kultura i tożsamość. Studium dystansu międzypokoleniowego, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. 2020.

56. Melosik Z. Młodzież a przemiany kultury współczesnej, [w:] Młodzież wobec (nie)gościnniej przyszłości, red. R. Leppert, Z. Melosik, B. Wojtasik, Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej Edukacji TWP we Wrocławiu, Wrocław. 2005. s. 13–31
57. Metzen S. Filozofia XD, Wydawnictwo 3DOM.2020. 270 s.
58. Miodek J. Polszczyzna różnych pokoleń, [w:] Oblicza polszczyzny, red. A. Markowski, R. Pawelec, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa. 2012. s. 49–56.
59. Miejski słownik slangu i mowy potocznej. URL: <https://www.miejski.pl/> (дата звернення 27.05.2022)
60. Mosiołek-Kłosińska K. Ślady polskich przemian po 1989 roku w słownictwie ogólnym, [w:] Polszczyzna w komunikowaniu publicznym, pod red. Włodzimierza Gruszczyńskiego, Jerzego Bralczyka, Grażyny Majkowskiej, Warszawa. 1999. s. 37–61.
61. Ożóg K., Językowe mody wśród współczesnej młodzieży [w:] W kręgu zagadnień dydaktyki języka i kultury polskiej. Księga jubileuszowa dedykowana Profesorowi Polańskiemu. Red. H. Synowiec, Katowice 2002.
62. Ożóg K. Zmiany we współczesnym języku polskim i ich kulturowe uwarunkowania, w: Język a Kultura. t. 20. Tom Jubileuszowy, red. Anna Dąbrowska. Wrocław. s. 59-79
63. Saloni Z. Świdziński M. Składnia współczesnego języka polskiego, wyd. 4, zmien., Warszawa. 1998
64. Satkiewicz H. Norma polszczyzny ogólnej a języki subkultur, [w:] Języki subkultur, red. J. Anusiewicz, B. Siciński, Język a Kultura, t. 10, Wrocław 1994. s. 10–11.
65. Skudrzyk A. Urban K. Mcdonaldyzacja, bigbrotheryzacja, czyli eponimy współczesne – norma ortograficzna i uzus. –W: Synowiec, H. (red.). *W kręgu zagadnień dydaktyki języka i literatury polskiej: księga jubileuszowa*

- dedykowana Profesorowi Edwardowi Polańskiemu*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 258–263
66. Skudrzyk A. Warchała J. 2008. Nowe zasady tekstowości, [w:] *Mowa i język w perspektywie dydaktycznej, logopedycznej i rozwojowej*, red. J. Porayski-Pomsta, Wydział Polonistyki UW, Warszawa. 2008. s. 20–25.
67. Słownik języka polskiego PWN. URL: <https://sjp.pwn.pl/> (data звернення 19.11.2022)
68. Słownik polskiego slangu. URL: <http://poprzednia.univ.gda.pl/slang/> (data звернення 10.12.2022)
69. Ułaszyn H. *Języki tajne*, [w:] *Encyklopedia polska*, t. III, dział III (część II), Kraków. 1995. s. 462–466.
70. Walczak B., *Czy zaleje nas fala wulgaryzmów?* [w:] *Polonistyka*, 2012, nr 6, s. 51-52.
71. Warchała J., Skudrzyk A. *Kultura piśmienności młodego pokolenia*, Oficyna Wydawnicza WW, Katowice. 2010.
72. Waszakowa K. *O derywatach analogicznych i słowotwórstwie analogicznym*, [w:] *Sprache im Kulturkontext*, red. H. Burkhardt, R. Hammel, M. Łaziński. Berlin. 2012. s. 161–171
73. Waszakowa K. *Rozkładalność i kompozycjonalność struktur słowotwórczych*, [w:] *Słowotwórstwo a inne sposoby nominacji*, red. K. Kleszczowa, L. Selimski, Katowice. 2000. s. 63–69
74. Wileczek A. *Kod młodości. Młodomowa w aspektach społeczno-kulturowych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. 2018.
75. Wileczek A. *Współczesna polska młodomowa – kierunki rozwoju semantycznego*. Проблеми на устната комуникация 1:135-150. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1001517>

76. Wojtak M. Potoczność w tekstach prasowych. W: Język trzeciego tysiąclecia II. T. 1: Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie. Red. G. Szpila. Seria „Język a Komunikacja”, nr 4. Kraków. 2002. s. 324.
77. Zabawa M., My blogasek bierze udział w konkursie [w:] Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych. Red. M. Filiciak, G. Ptaszek, Warszawa 2009, s. 60-78.
78. Zdunkiewicz-Jedynak D. Wykłady ze stylistyki. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. 2008
79. Zgółkowa H. Gwara uczniowska (szkolna) w poszukiwaniu inspiracji, [w:] Oblicza polszczyzny, red. A. Markowski, R. Pawelec, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa. 2012. s. 82–90
80. Zgółkowa H. Nowy słownik gwary uczniowskiej, Ossolineum, Wrocław. 2003.
81. Zieliński M., Netykieta w sieci IRC, czyli o internetowych regułach konwersacyjnych [w:] Kultura popularna w szkole. Red. B. Myrdzik, M. Latoch-Zielińska. Lublin 2006, s. 319.