2026 PRACE JĘZYKOZNAWCZE XXVIII/3
ISSN 1509-5304 DOI 10.31648/pj.12943 257–272
eISSN 2450-0801

Małgorzata Karwatowska
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-5582-3758
e-mail: malgorzata.karwatowska@mail.umcs.pl
Małgorzata Latoch-Zielińska
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-2481-6683
e-mail: malgorzata.latoch-zielinska@mail.umcs.pl

Modne słowa w rozumieniu studentów i nauczycieli

Students' and teachers' understanding of trendy words

Abstrakt
Celem badania, w którym udział wzięło łącznie sto osób, było zebranie danych na temat rozumienia i stosowania przez nauczycieli oraz studentów kierunków pedagogicznych wybranych określeń z plebiscytu Młodzieżowe Słowo Roku 2024. Autorki wychodziły bowiem z założenia, iż znajomość języka, jakim posługuje się współczesna młodzież, jest jednym z warunków udanej i skutecznej komunikacji w procesie edukacyjnym. W postępowaniu badawczym zastosowano formularz ankiety online przygotowany w ogólnodostępnym, bezpłatnym serwisie Google. Przeprowadzony sondaż wykazał, że zarówno przyszli, jak i czynni nauczyciele rozumieją większość modnych słów. Największe różnice zaobserwowano w rozumieniu wyrazów takich jak *brainrot*, *delulu*, *GOAT*, czyli słów mających obce pochodzenie i funkcjonujących w przestrzeni mediów, zwłaszcza społecznościowych. Większość nauczycieli, podobnie jak studenci, nie stosuje jednak w komunikacji codziennej młodomowy. Wynika to przede wszystkim z dwóch czynników: po pierwsze, różnicy pokoleniowej; po drugie, negatywnej oceny tego słownictwa, które jest zdaniem respondentów nieprecyzyjne, sztuczne, niekiedy wręcz niestosowne. Ankietowani, używający wyłącznie niektórych modnych określeń, czynią to z kilku powodów: (1) stosują je w formie żartu; (2) wykorzystują te wyrazy w sposób ironiczny; (3) sięgają po nie w celu nadania wypowiedzi wyrazistości i ożywienia jej oraz (4) uciekają się do nich, pragnąc przełamać bariery komunikacyjne i zmniejszyć tym samym dystans interpersonalny.

Słowa kluczowe: modne słowa, rozumienie, młodomowa, Młodzieżowe Słowo Roku, student, nauczyciel, młodzież

Abstract
The aim of the study, which involved a total of one hundred participants, was to gather data on how teachers and students in teacher training programmes understand and use selected terms from the 2024 Youth Word of the Year poll. The authors' assumption was

that familiarity with the language used by contemporary youth is one of the conditions for effective communication when teaching this group of students. The chosen research method involved an online survey prepared using the publicly available, free Google service. The survey revealed that both future and current teachers understood most trendy words. The largest differences were observed in the understanding of terms such as *brainrot*, *delulu*, and *GOAT*, words that have foreign origins and are widely used in the media, especially on social media platforms. However, most teachers, similarly to students, do not use youth slang in everyday communication for two reasons: first, generational differences, and second, negative evaluation of these vocabulary items, which respondents believe to be imprecise, artificial, and sometimes inappropriate. Respondents who use only certain trendy words do so for several reasons: (1) they use them as jokes, (2) they employ them ironically, (3) they use them to make their speech more expressive or lively, and (4) they resort to them in order to break communication barriers and reduce interpersonal distance.

Keywords: trendy words, understanding, youth slang, Youth Word of the Year, student, teacher, youth

1. Uwagi wprowadzające

Rozumienie i ocena języka młodzieżowego przez dorosłych to złożony problem, ale chętnie podejmowany zarówno w Polsce, jak i na świecie. W kontekście edukacji polonistycznej badania wskazują na potrzebę doceniania różnorodności językowej w procesie nauczania. Dotyczy to także młodzieżowych odmian języka, które mogą odbiegać od języka ogólnego, przede wszystkim pod względem leksykalnym. Akcentuje się jednocześnie konieczność uwzględniania słownictwa slangowego, które jest nie tylko wytworem emocji, ale również środkiem ekspresji językowej związanej m.in. z doświadczeniami ucznia w szkole. Tymczasem badania nad odmianami polszczyzny w szkole jednoznacznie dowodzą, że nauczyciele na ogół koncentrują się na standardowej polszczyźnie, co może nie tylko prowadzić do marginalizacji innych odmian językowych, ale i wpływać na kształcenie umiejętności komunikacyjnych uczniów (por. Kowalikowa 2013).

Oczywiste jest, że zarówno nauczyciele, jak i uczniowie mają świadomość, iż na lekcji powinien obowiązywać język edukacji szkolnej, ale – jak słusznie zauważają Jacek Warchala i Aldona Skudrzyk – „w duchu kultury współczesnej mieści się tendencja do nasycenia języka w szkole interakcyjnością, do dialogu partnerskiego, do rozmowy z uczniem, do wejścia w »autentyczność«. Ten rodzaj zachowań interakcyjnych ma uwydatnić, podkreślić, wyciągnąć elementy autentycznego przeżywania świata, autentycznego mówienia, co ma ożywić intelektualne zdolności ucznia, ma obudzić jego zainteresowania, ma uaktywnić pasję poznawczą" (Warchala, Skudrzyk 2012: 175).

Na konieczność uwzględniania bogactwa i zróżnicowania językowego w edukacji zwracają uwagę również badacze w innych krajach europejskich. I tak np. w obserwacjach dotyczących języka młodzieżowego w Szwecji zauważono, że młodzi posługują się różnymi stylami językowymi, które są często postrzegane przez dorosłych, w tym nauczycieli, w sposób negatywny. Przeprowadzone przez Ellen Bijvoet badanie wykazało, iż aby uniknąć zakłóceń i nieporozumień w komunikacji, konieczne jest podnoszenie świadomości socjolingwistycznej użytkowników języka (por. Bijvoet 2018).

Młodzi ludzie nierzadko kwestionują normy językowe, co generuje różnice w percepcji języka między nimi a nauczycielami. W badaniach dotyczących poprawności językowych w szkołach tureckich w Londynie zauważono, że nauczyciele mogą przejawiać tendencję do postrzegania standardowego języka jako bardziej legitymizowanego (por. Çavuşoğlu 2021).

W kontekście tzw. modnych słów i języka młodych warto przywołać refleksję Zhang Wei, który twierdzi, że „modnymi wśród neologizmów można nazwać tylko te słowa, które odzwierciedlają koncepcję mody, odzwierciedlają ludzkie pragnienie nowości i krążą z dużą prędkością w społeczeństwie" (Zhang 2022: 2). Badacz uważa, że słowa „stare" również mogą stać się modne, gdy zostaną wykorzystane w nowych kontekstach, odświeżając tym samym styl języka i komunikację. To znakomicie tłumaczy obecność wśród młodzieżowych słów roku leksemów, które znane były już wcześniej użytkownikom języka i obecnie stały się popularne wśród młodych ludzi (np. *azbest*). Przywoływany już Zhang Wei trafnie podkreśla, że „obok języka mediów, język młodzieży należy dziś do najbardziej wpływowych odmian komunikacji masowej, oddziałujących na współczesną mowę żywą" (Zhang 2022: 2).

Poczynione spostrzeżenia są zbieżne z ustaleniami Anny Wileczek, która pisze: „Niezwykła produktywność leksykalna młodomowy sprawia, że tworzy ona swoisty palimpsest, w którym neologizmy i neosemantyzmy przykrywają stare leksemy, ale ich nie unicestwiają. Często są ożywiane przez zabiegi pejoratywizacji lub rzadziej – melioryzacji" (Wileczek 2020: 175).

Anita Jagun z kolei trafnie zauważa, że „analiza języka młodzieży jest kluczowa nie tylko z lingwistycznego, ale także socjologicznego punktu widzenia. Pomaga zrozumieć młodych ludzi, ich wartości i ich pasje. Daje wgląd w ich świat i zmniejsza bariery komunikacyjne między różnymi pokoleniami. Nic dziwnego zatem, że pojawia się wiele publikacji, które charakteryzują nie tylko język polskiej młodzieży" (Jagun 2023: 120–121).

2. Wpływ internetu na język młodych

Ogromny wpływ na slang młodzieżowy ma internet, który nie tylko kształtuje nową rzeczywistość medialną, lecz rzutuje na kształt rzeczywistości społecznej, wyznacza nowe formy zachowań komunikacyjno-językowych, które zaczynają obowiązywać nie tylko w sieci, ale wychodzą poza nią[1]. Nowe media uczyniły relacje słowno-obrazowe podstawą komunikacji społecznej. Doprowadziły do wykrystalizowania się odmiennego typu umysłowości współczesnych uczniów (określanego jako *homo zappiens*), który przeciwstawia się typowi zwanemu *homo sapiens*, reprezentowanemu przez nauczycieli. Według Marka Gawrysiaka *homo zappiens* jest nieliniowy, usieciowiony, wykonujący wiele czynności jednocześnie, reagujący natychmiastowo, na zasadzie odruchów, nastawiony bardziej na obraz niż teksty, podążający za rozrywką i zabawą, preferujący interakcję i konkurencję (por. Gawrysiak 2009: 36–38). „Media nie tylko wpływają na sposób myślenia o świecie *en globe*, dostarczając jego gotowych interpretacji, ale również kształtują dyskurs na jego temat, proponując atrakcyjne wzory (szablony) wymiany znaczeń. Ich atrakcyjność polega na szczególnej ekonomii nowego języka oraz faktu wspólnotowości pewnych doświadczeń komunikacyjnych podzielanych przez przedstawicieli nowych generacji – zwłaszcza młodzieży" (Ogonowska, Skowronek 2016: 78). Agnieszka Ogonowska i Bogusław Skowronek wymieniają najważniejsze przeobrażenia, jakie dokonują się w języku użytkowników internetu:

- przede wszystkim odejście od tradycyjnej linearności w stronę hipertekstu;
- zerwanie z uporządkowaniem przyczynowo-skutkowym;
- dążenie do maksymalnej skrótowości, eliptyczność;
- łączenie kodów werbalnych z ikonicznymi;
- dosadność wypowiedzi;
- innowacje leksykalne;
- celowe naruszanie, czy wręcz łamanie utrwalonych norm poprawnościowych (Ogonowska, Skowronek 2016: 28–82).

[1] Na temat „języka medialnego": łatwego, prostego, często obscenicznego, dosyć prymitywnego, bo ograniczonego leksykalnie, ale jednocześnie emocjonalnego, przesadnego, pełnego wyrażeń wartościujących pisze Kazimierz Ożóg: „Uproszczony, nastawiony na efekt, zabawę, luz, sensację, dość wulgarny, erotyczny, prowokacyjny, ulegający modom i medialnym schematom język polski w mediach wpływa na polszczyznę przeciętnego Polaka i tworzy wokół niego podstawowy, najbardziej dostępny świat kultury. Wyrastają pokolenia wychowane na kulturze masowej, a język jest jej głównym elementem ekspresji i modelowania. Środki masowego przekazu bezpośrednio ingerują w utwierdzony od lat obraz świata wyrażony przez język i zmieniają semantykę wielu słów" (Ożóg 2010: 124).

Munira Hasjim i inni dowodzą, że „Jednym ze skutków mediów społecznościowych na używanie języka indonezyjskiego jest tendencja do używania krótszych, nieformalnych form wyrazowych i nieprzestrzeganie standardowych reguł językowych. Stosowanie skrótów, akronimów i slangu, które są popularne w mediach społecznościowych, często narusza właściwą gramatykę i konwencje językowe języka indonezyjskiego. Ponadto coraz powszechniejsze staje się używanie języków obcych, zwłaszcza angielskiego, w mediach społecznościowych. Chociaż można to postrzegać jako oznakę nowoczesności i trendów, stwarza to znaczne ryzyko erozji używania języka indonezyjskiego jako podstawowego języka codziennej komunikacji" (Hasjim, Hasyim, Lukman, Kaharuddin, Rabiah, Nadaring 2024: 4394).

Według Denisa McQuail media społecznościowe to nie tylko kanał komunikacji, ale także agent kształtujący wzorce językowe i zachowania (por. McQuail 2010). Młodzi, którzy są w nich aktywni, częściej naśladują style komunikacji powszechne na platformach cyfrowych pod względem gramatyki, słownictwa i stylu komunikacji (por. Kress 2003). W tym kontekście media społecznościowe stają się podstawowym medium, które przyczynia się do przejścia od formalnego do nieformalnego używania języka wśród nastolatków.

Dodajmy, że język, którego używa młodzież w mediach społecznościowych, często ściśle wiąże się z kształtowaniem tożsamości społecznej. Według Penelope Eckert staje się on narzędziem do wyrażania tożsamości grupowej (por. Eckert 2000). Odnosząc się do mediów społecznościowych, Allan Bell wyjaśnia, że nastolatkowie używają slangu, mieszania kodów i używania emotikonów, aby odróżnić się od innych grup wiekowych i zademonstrować swoją tożsamość jako części określonej społeczności (por. Bell 1984). Na gruncie polskim podobne procesy zauważa m.in. Jolanta Nocoń:

> Pod wpływem dyskursu w internecie przeobraża się język pokoleniowy (tak zwany slang młodzieżowy) – „mowa medialna" przenika do języka używanego przez nastolatków poza środowiskiem elektronicznym, słownictwa, frazeologii, składni; oddziałuje na cechy stylowe wypowiedzi; ujawnia zmiany w konceptualizacji świata. Cechy przenoszone wtórnie na niemedialne sytuacje komunikacyjne to między innymi: translokacja na mowę codzienną komunikacyjnych nawyków typowych dla internetowej wspólnoty dyskursu oraz specyficznej leksyki: zapożyczeń, neologizmów słowotwórczych, skrótów, neosemantyzmów; nadawanie codziennej komunikacji formy szybkiej wymiany krótkich kwestii; nastawienie na interaktywność i dialogowość; eliptyczność i skrótowość tekstu (uproszczona składnia, często pojedyncze wyrazy, tasiemcowe wyliczenia, posługiwanie się akronimami); korzystanie z gotowych struktur werbalnych i niewerbalnych, kreatywność będąca efektem wolności komunikacyjnej (łamanie konwencji, humor, modne sformułowania o charakterze cytatu) (Nocoń 2022: 259).

3. Ustalenia metodologiczne

Celem naszego badania było zebranie danych na temat rozumienia i stosowania przez nauczycieli oraz studentów kierunków pedagogicznych wybranych słów z plebiscytu Młodzieżowe Słowo Roku 2024. Taki cel badania wynika z założenia, iż znajomość języka, jakim posługuje się współczesna młodzież, jest jednym z warunków udanej i skutecznej komunikacji w procesie edukacyjnym. W postępowaniu badawczym zastosowano formularz ankiety online przygotowany w ogólnodostępnym, bezpłatnym serwisie Google. Technika ta jest obecnie coraz częściej wykorzystywana przez badaczy ze względu na szybkość i łatwość zebrania interesujących danych oraz ich wysoką jakość. „Psychologowie i socjologowie udowodnili, że w internecie mamy do czynienia z tendencją ludzi do bycia szczerymi. Zachodzi tutaj tak zwane rozhamowanie (*disinhibition*) oraz ujawnianie samego siebie (*self-disclosure*)" (Siuda 2016: 33). Innym walorem jest długość wypowiedzi udzielanych na pytania otwarte. „Jak pokazały różne porównania ankiety online z tradycyjnymi technikami, badania sieciowe wypadają pod względem długości korzystniej […] długość pociąga za sobą obfitość w detale i większą dokładność, co w naturalny sposób przekłada się na wysoką jakość danych" (Siuda 2016: 42). Link do ankiety rozesłano do studentów kierunków nauczycielskich na Wydziale Filologicznym UMCS, do współpracujących z naszą uczelnią nauczycieli oraz grup nauczycielskich na portalu społecznościowym Facebook. Respondenci uczestniczyli w badaniu dobrowolnie, w wybranym przez siebie czasie wolnym. Potencjalni uczestnicy zostali poinformowani o tym, że jest ono w pełni anonimowe, zaś pozyskane informacje zostaną wykorzystane jedynie do celów badawczych na potrzeby publikacji naukowych. Prezentacja zebranych danych została zrealizowana w zgodzie ze standardami etycznymi i nie doprowadzi do identyfikacji respondentów ani reprezentowanych przez nich instytucji. Badanie przeprowadzono w lutym 2025 r. Formularz był dostępny przez trzy tygodnie. W tym czasie wypełniło go ponad 120 osób.

Do analizy wybrano sto wypełnionych kwestionariuszy przez 50 nauczycieli (w tym 42 kobiety i 8 mężczyzn) oraz 50 studentów (w tym 35 kobiet i 15 mężczyzn) z Wydziału Filologicznego UMCS. Nauczycieli poproszono również o wskazanie typu szkoły, w której pracują, oraz stażu pracy. I tak: 27 osób to nauczyciele ze szkół podstawowych, a 23 uczestników badania to uczący w szkołach ponadpodstawowych. Uwzględniając staż pracy, należy podkreślić, że 21 osób ma ponad dwudziestoletnie doświadczenie zawodowe, 15 respondentów pracuje w zawodzie od 11 do 19 lat, a 14 ankietowanych nie przekroczyło 10 lat stażu. Dane metryczkowe dotyczące nauczycieli

odzwierciedlają obecną sytuacją kadrową w polskiej szkole, przeważają w niej zdecydowanie kobiety i osoby z dłuższym stażem pracy.

W formularzu oprócz pytań metryczkowych znajdowały się dwa pytania otwarte. Pierwsze zawierało prośbę o wyjaśnienie rozumienia znaczeń wskazanych w kwestionariuszu dziesięciu leksemów, które znalazły się w finale plebiscytu na Młodzieżowe Słowo Roku 2024. Interesowało nas również, jak respondenci poradzą sobie z konstruowaniem ich objaśnień. Rozumienie[2] to deszyfracja znaku, która jest naszym zdaniem niezbędna do przebiegu prawidłowej komunikacji. Leszek Tymiakin trafnie dodaje: „jeżeli nie rozumiemy czegoś, to znaczy, że nie umiemy przedstawić sobie fragmentu rzeczywistości, do którego odnosi się dany znak" (Tymiakin 2014: 41).

Druga dyspozycja dotyczyła odpowiedzi na pytanie o stosowanie w codziennej komunikacji podanych w ankiecie słów oraz uzasadnienia swojego stanowiska.

Uzyskane odpowiedzi poddano analizie porównawczej, wskazując istotne podobieństwa i kluczowe różnice pomiędzy badanymi grupami.

4. Analiza materiału wyekscerpowanego z kwestionariuszy ankiet

Bardzo duże zróżnicowanie w rozumieniu uwidoczniło się w odniesieniu do kilku słów mających obce pochodzenie i funkcjonujących w przestrzeni mediów, zwłaszcza społecznościowych[3].

W przypadku ***brainrot*** prawie wszyscy studenci (48 osób) tłumaczą to słowo jako „ogłupiające, bezwartościowe treści w sieci oraz zachowania młodzieży wynikające z oddziaływania tych bezwartościowych treści z sieci", np.:

- „Jest to problem z utrzymaniem uwagi na jakiejś określonej treści wywołany krótko formatowymi filmikami na TikToku czy Instagramie, objawiający się potrzebą dodatkowego pobudzenia mózgu i skupienia uwagi na czymś innym, przyciągającym oko i wymagającym skupienia, zwykle grze w *subway surfers*" (S)[4];
- „Jakieś treści, które sprawiają, że stajemy się głupsi przez oglądanie ich, zwłaszcza takie w których pojawiają się słowa, takie jak skibidi, sigma itp. Ewentualnie

[2] Mieczysław Kreutz utrzymuje, że „rozumieć jakiś wyraz to mieć w świadomości przedstawienie przedmiotu oznaczonego tym wyrazem" (Kreutz 1969: 32).

[3] Znaczenia analizowanych jednostek (neologizmów i neosemantyzmów) podaje *Słownik języka polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/ciekawostki/haslo/Mlodziezowe-Slowo-Roku-2024-znamy-juz-finalowa-dwudziestke;9395165.html#google_vignette>, dostęp: 15.08.2025.

[4] Nie ingerujemy w styl wypowiedzi respondentów, zmiany dotyczą wyłącznie usterek ortograficznych i interpunkcyjnych. Cytowane odpowiedzi oznaczono następująco: S – studenci, N – nauczyciele.

»ale brainrot« o osobie, która właśnie jest głupia przez oglądanie takich treści, ma zlasowany mózg od tiktoka" (S);

- „Brainrot z tłumaczenia angielskiego oznacza »gnicie mózgu«. Określenia tego używa się w nawiązaniu do żartów i śmiesznych zdjęć i filmów, które są śmieszne przez brak logiki, a konsumowanie tych nielogicznych memów prowadzi do tak zwanego gnicia mózgu" (S).

Połowa nauczycieli wskazuje na pochodzenie słowa *brainrot* z języka angielskiego i przywołuje jego dosłowne tłumaczenie, jednak tylko sześć osób wiąże używanie tego wyrazu z negatywnym wpływem niektórych treści znajdujących się w sieci na młodych ludzi.

Jeśli chodzi o ***delulu***, wszyscy studenci i połowa nauczycieli wskazali na angielski rodowód tego słowa: „to skrót od angielskiego słowa 'delusional', które oznacza »złudny« lub »żyjący w iluzjach«". Zatem *delulu* „to ktoś odklejony od rzeczywistości, żyjący cały czas we własnym świecie, zafiksowany na jakimś punkcie" (N). Tylko studenci podkreślali jednak popularność tego terminu w slangu internetowym, przywoływali także jako przykład jego obecność w fandomach, zwłaszcza tych związanych z K-popem lub celebrytami, np. „Delulu odnosi się do fanów, którzy tworzą nierealne scenariusze, fantazjują o związku z idolem lub wierzą w teorie spiskowe dotyczące swojego ulubieńca" (S). Warto dodać, że siedmiu nauczycieli przyznało się do nierozumienia tego określenia.

Słowo ***GOAT*** okazało się niezrozumiałe dla 14 nauczycieli, natomiast 10 innych podało jego dosłowne tłumaczenie z angielskiego – „koza", co także potwierdza brak rozumienia tego wyrazu. Na poprawne objaśnienie akronimu GOAT – *Greatest of All Time* („najlepszy w historii") wskazało 40 studentów i tylko polowa nauczycieli. Młodzi adepci nauki podkreślali, iż *GOAT* to „element kultury popularnej oraz internetowego slangu" (S) i najczęściej jest używane w odniesieniu do najwybitniejszych sportowców lub artystów. Zwrócono również uwagę, że określenie to bywa stosowane w rozmowach w mediach społecznościowych w sposób humorystyczny, a nawet prześmiewczy, w odniesieniu do osoby, która nie zasługuje na miano prawdziwego mistrza, choć ma o sobie wysokie mniemanie. Tego typu wyjaśnienia nie pojawiły się w odpowiedziach nauczycieli.

W przypadku słowa ***azbest*** w obu grupach dominuje jego rozumienie dosłowne – 25 studentów i 30 nauczycieli identyfikuje *azbest* zgodnie z definicją słownikową jako „materiał budowlany służący do krycia dachów, składa się z włókien, jest rakotwórczy". Zasadnicza różnica między obiema grupami dotyczy rozumienia metaforycznego. Sześciu studentów, pisząc na temat tego określenia, nawiązuje do popularnego w sieci filmu *Iniemamocni*, z którego pochodzi zdanie: „Pani syn, siedząc w ostatniej ławce, wylał na mnie

azbest". Nie uczynił tego żaden nauczyciel. Dziesięciu młodych adeptów nauki kojarzyło to słowo z żartami z patodeweloperów, którzy w każdym skrawku zieleni widzą potencjał na wybudowanie parkingu lub wieżowca i zalewają wszystko azbestem, np.:

- „Satyra na dzisiejszy świat, którym rządzą deweloperzy nieruchomości, dla których rozwiązaniem wszystkich problemów jest wylanie azbestu i wybudowanie inwestycji" (S);
- „Ładne miejsce, nic tylko zalać azbestem i postawić action/biedronkę/dowolny sklep" (S).

Nauczyciele (14 osób) rozumieją słowo *azbest* jako metaforę czegoś/kogoś „przestarzałego, nienowoczesnego, obciachowego, niemodnego, nieprzystosowanego do obecnych realiów". Ta rozbieżność jest zrozumiała. Studenci są przedstawicielami pokolenia wychowanego w dobie internetu i mediów społecznościowych, zatem znajomość popularnych w tej przestrzeni faktów, zjawisk kulturowych staje się dla nich czymś naturalnym.

Podobna różnica, wynikająca z doświadczeń i zainteresowań pokoleniowych, zarysowała się w przypadku rozumienia słowa ***bambik***, które jedna trzecia studentów wiąże z grami komputerowymi, np.:

- „Bambik jest określeniem pochodzącym z kultowej gry komputerowej *Fortnite*, najczęściej oznaczającym nowego gracza z niskim poziomem umiejętności w grze" (S);
- „Osoba nieposiadająca jakiejś umiejętności (głównie w grach), przez to uważana za gorszą od innych" (S).

Wśród nauczycieli odnotowałyśmy zaledwie trzy odpowiedzi tego typu. Zdecydowana większość pedagogów (36 ankietowanych) rozumie to słowo jako określenie osoby słabej w czymś, niedoświadczonej, gorszej. Podobnie objaśnia ten wyraz 17 studentów, np.:

- „Ktoś, kto czegoś nie rozumie, jest w czymś słaby, dał się oszukać, w wolnym tego słowa tłumaczeniu łagodne słowo na przegrywa" (N);
- „Użyłabym tego słowa, jakbym chciała pośmiać się z osoby, która nie umie czegoś zrobić lub nie ma czegoś, co ja mam" (S).

Nieliczni respondenci (z obu grup po trzy osoby) przywoływali również najbardziej znanego w kulturze popularnej Bambika, czyli bohatera bajki Disneya „Jelonek Bambi". Ponownie zatem okazało się, iż to właśnie zanurzenie w świecie własnych zainteresowań i aktywności wpływa na rozumienie języka, jakim posługuje się młode pokolenie. Świat gier jest bliski zarówno młodzieży, jak i studentom. Wypada podkreślić, że tych dwóch społeczności nie dzieli duży dystans pokoleniowy, który pojawia się jednak w przypadku uczniów i nauczycieli.

Kolejne z badanych słów – ***oporowo*** – ponad połowa pedagogów (27 osób) rozumie jako maksymalny wysiłek: „robić coś do końca, do oporu". Takie pojmowanie wyrazu pojawiło się w odpowiedziach zaledwie 6 studentów. Natomiast 26 młodych adeptów nauki i 16 nauczycieli, objaśniając leksem *oporowo*, wskazywało na wykonywanie czegoś z wielkim trudem albo bardzo niechętnie:

- „Oporowo to termin używany w polskim slangu, który najczęściej oznacza działanie w sposób oporny, czyli wykonywanie czegoś z oporem, wbrew woli lub z niechęcią" (N);
- „Źle, coś idzie wolno i żmudnie" (N);
- „Ktoś robi coś oporowo, czyli osoba podejmuje jakąś czynność w sposób niechętny lub bez większego zaangażowania" (S).

Podkreślić wypada odpowiedzi 11 studentów, którzy wiążą ów wyraz z rolnictwem, np.:

- „Widziałam w odniesieniu do prac rolniczych" (S);
- „Używane głównie na wsi, określa bardzo dobrze działający, szybki, dobry (głównie pojazd)" (S);
- „Rolniczy skrót" (S);
- „Super, w środowisku rolniczym" (S);
- „Oporowiec to młody rolnik" (S).

Takie rozumienie wpisuje się w znaczenie podawane przez *Miejski słownik slangu i mowy potocznej* (por. https://www.miejski.pl/slowo-oporowo).

Nie odnotowałyśmy w ekscerpowanych z kwestionariuszy odpowiedziach zdecydowanej różnicy w rozumieniu słowa ***cringe***. Obie grupy objaśniają ów wyraz jako zażenowanie, wstyd, kompromitację, coś żenującego, np.:

- „Kiedy mówimy, że coś jest cringe, mamy na myśli, że jest to rzecz nieśmieszna" (S);
- Zazwyczaj używa się tego słowa w sytuacji, w której ktoś chciał zrobić coś zabawnego, ale ostatecznie okazało się to żenujące" (N).

Zgodność panującą wśród respondentów obu grup wyjaśniają następujące konstatacje:

- „To już tak stare, że nie ma tłumaczenia, bo chyba każdy to rozumie – coś, co po prostu skręca z zażenowania" (S)

czy

- „Żenada: albo jak to mówiono w prawieku, żal.pl" (N).

Również ***sigma*** jest rozumiana bardzo podobnie przez zdecydowaną większość nauczycieli (36 odpowiedzi) i studentów (38 odpowiedzi), np.:

- „Ktoś / coś świetny, wspaniały, imponujący, rewelacyjny, godny podziwu" (N);
- „Ktoś samowystarczalny, pan swojego życia, self-made man, człowiek tajemniczy" (S).

Różnica, jaka ujawniła się w przypadku kilku odpowiedzi, wynika z cech pokoleniowych, czyli innych doświadczeń edukacyjnych i kulturowych. Nauczyciele (6 osób) wskazują na sigmę jako literę alfabetu greckiego, studenci (3 ankietowanych) zaś nawiązują do kultury popularnej i sieci:

- „Określenie sigma wzięło się od Patricka Batemana, bohatera filmu American Psycho. W filmie istnieje znana scena, w której Patrick Bateman robi bardzo charakterystyczną minę, utrwaloną w »brainrot« kulturze jako »sigma face«" (S);
- „Gdy ktoś jest super, zadbany, interesuję się tylko sobą i swoim rozwojem (wzięło się z filmu American Psycho, Christian Bale grający Patricka Batemana)" (S);
- „Żart internetowy nawiązujący do postaci Batemana" (S).

W przypadku słowa ***slay*** warto zwrócić uwagę na wskazany przez trzech studentów związek tego określenia ze środowiskiem LGBT. Pierwsze objaśnienie ma wydźwięk dodatni:

- „Pozytywnie nacechowane słowo związane głównie ze środowiskiem LGBTQ+, oznaczające coś fajnego/sukces" (S);

dwa kolejne zaś negatywny, wyraźnie złośliwy, drwiący (zwłaszcza wypowiedź odnosząca się do kobiet):

- „Można powiedzieć, że ktoś jest »slay«, raczej używając tego określenia prześmiewczo, bo kojarzy się ono z bardzo stereotypowym obrazem geja" (S);
- „Używane najczęściej przez kobiety o niskim ilorazie inteligencji" (S).

Co interesujące, aż po 15 osób z każdej grupy stwierdziło, iż nie zna znaczenia tego słowa. Pozostali badani identyfikowali *slay* jako komplement, coś dobrego, znakomitego, fantastycznego, np.:

- „Można go użyć właściwie w każdym kontekście, np. kiedy ktoś osiągnie sukces, kiedy ktoś asertywnie postawi na swoim, kiedy ładnie wygląda" (N);
- „Okrzyk używany w sytuacji, gdy chcemy komuś pogratulować lub wyrazić swoją pozytywną reakcję" (N);
- „Zaorane :) coś zrobione super albo zrobione w idealnym momencie. Wygranie bez cienia wątpliwości" (S).

Z kolei słowo ***yapping*** ankietowani nauczyciele (28 osób) i studenci (28 respondentów) tłumaczą jako bezsensowne gadanie, bezmyślne paplanie. Badani wskazują na angielskie pochodzenie tego terminu i pokrewny wyraz *yapper* – oznaczający osobę gadatliwą. Aż 21 młodych adeptów nauki i 22 pedagogów nie rozumie jednak tego słowa lub podaje jego nieprawidłowe wyjaśnienia. Jedna osoba natomiast napisała: „dostać w japę (czyli w twarz, ale mocniej niż z liścia)" (S). Tym samym odnosiła interesujący nas wyraz nie do ust (por. grubiańskie określenie „zamknij japę" (Anusiewicz, Skawiński 1998: 30), czyli zamknij usta/pysk), ale do twarzy.

Drugie pytanie zawarte w kwestionariuszu ankiety dotyczyło deklaracji używania lub nie tzw. modnych słów oraz uzasadnienia swojego stanowiska. Okazuje się, że prawie taka sama liczba badanych z obu grup nie używa modnych słów w codziennej komunikacji z rówieśnikami (33 S) lub uczniami (34 N) albo używa czasami wyłącznie wybranych (17 S i 16 N). Uzyskane wyniki mogą nieco zaskakiwać, zwłaszcza w odniesieniu do studentów – przedstawicieli pokolenia ludzi młodych. Sądziłyśmy bowiem, że kryterium wieku będzie w tym przypadku kluczowym czynnikiem różnicującym obie grupy. I rzeczywiście, studenci wykazali się większym rozumieniem modnych słów, ich osadzeniem w kontekstach, szczególnie kultury popularnej, mediów społecznościowych. Okazuje się jednak, że czym innym jest znajomość słownictwa, a czym innym poprawne korzystanie z niego. Rozumienie znaczenia leksemów obecnych w języku umożliwia ich trafne zastosowanie w odpowiednim kontekście i sytuacji komunikacyjnej. Przyjrzyjmy się argumentacji, jaką podali ankietowani, wyjaśniając, dlaczego nie stosują komunikacji wskazanych w ankiecie leksemów. Najistotniejsze okazały się:

- **różnica pokoleniowa**: „Nie używam żadnego z tych słów. Wynika to z różnic między pokoleniami. Młodsze posługują się tymi słowami na co dzień, a ja należę do starszego pokolenia" (S); „Uważam, że w większości korzystają z nich młodsze dzieci, które nie do końca rozumieją, co to znaczy" (S); „Skoro jest to język młodzieżowy, to niech będzie młodzieżowy – naśladowanie języka młodych ludzi przez pokolenie starsze bywa groteskowe. Nie mam nic przeciwko używaniu młodzieżowych słów przez starszych, ale dla mnie to nie jest język, którym potrafię się komunikować" (N); „Język nas charakteryzuje, więc nie chcę sztucznie udawać, że mam inny PESEL, niż mam" (N);
- **niestosowność używania tych słów wynikająca z wieku użytkowników** (co wiąże się również z punktem pierwszym): „Trochę niezręcznie jest, jak ktoś tak mówi, stosuje jakieś słowa z tiktoka" (S); „Te słowa są »zarezerwowane« dla nastoletnich osób" (N); „A w życiu! Nigdy nie używam tych słów, po pierwsze nie znam kontekstów (nawet jeśli słowo obiło się o uszy) i nie będę udawała, że to dla mnie naturalne" (N);
- **sztuczność, brak precyzji wskazanego słownictwa**: „Slang i moda językowa do mnie nie przemawiają; tym bardziej, jeśli dane słowo jest bardzo nieprecyzyjne znaczeniowo, a zatem dosyć »puste« w moim przekonaniu" (N); „Większość tych słów jest dla mnie sztuczna, kojarzę je głównie z internetu, a nie z życia codziennego" (S); „Nie widzę sensu »tworzenia« lub używania słów, które utrudniają komunikację, nie mają żadnego sensu ani znaczenia i przestaną być używane, zanim zdążę zrozumieć choćby połowę z nich" (S);

- **obawa przed ośmieszeniem się respondenta**: „W moich ustach brzmiałyby karykaturalnie" (N); „Nie jest to mój język, brzmiałabym sztucznie, pewnie wywołałoby to śmiech i drwiny, na pewno nie podziw" (N);
- **negatywna ocena wskazanych w ankiecie określeń slangowych**: „Uważam te określenia za bezużyteczne i obciachowe" (S); „Nie używam, ponieważ jestem człowiekiem myślącym" (S); „Nie, bo normalny człowiek takich słów nie używa" (S); „Nie, bo te wszystkie delulu i cringe, owe ja jestem goat i slayuje w życiu, a nie yappuje, to taki brainrot, czyli dla mnie jeden wielki bełkot" (S); „Nigdy nie używam, bo nie jest to mój naturalny rejestr językowy i oceniam te wszystkie udziwnione wyrazy mało pozytywnie" (N); „Nie, bo to nie jest piękna polszczyzna" (N);
- **zbędność, nieprzydatność tego typu słów**: „Nie, ponieważ uznaję je za dziecinne, zupełnie niepotrzebne w normalnej komunikacji" (S); „Moim zdaniem język polski jest na tyle bogaty, że w komunikacji nauczyciel–uczeń nie potrzeba stosować powyższych skrótów i zapożyczeń" (N); „W rozmowach z moimi uczniami muszę i chcę używać przemyślanych i poprawnych słów" (N); „Uważam, że podane słowa mają swoje »lepsze«, trafniejsze i zrozumiałe dla wszystkich odpowiedniki" (N); „Uważam, że dzieci powinny czytać nie tylko dzieła Mickiewicza, Sienkiewicza, Prusa, Orzeszkowej, Reymonta etc., ale także dobrą literaturę współczesną, co pozwoli im na opanowanie jakże pięknego języka polskiego" (N).

Z kolei respondenci, którzy deklarowali stosowanie wyłącznie niektórych wymienionych w ankiecie słów, twierdzili, że używają ich:

- **w formie żartu**, np.: „Używam niektóre, np. cringe czy slay, ale wyłącznie wtedy, kiedy chcę coś scharakteryzować w sposób humorystyczny lub bardzo dosadny" (S); „Czasem używam, np. bambik czy sigma dla ubarwienia rozmowy humorem" (S); „Czasami niektóre z nich znakomicie się sprawdzają jako żart" (N); „Rzadko używam, tylko dla żartu" (N);
- **kpiąc, mając na celu ośmieszenie kogoś**, np.: „Czasem tak, w formie wyśmiewania się z nowego pokolenia" (S); „W kontekście ironicznym, stosując je jako groteskowy sposób przerysowania rzeczywistości" (S);
- **w celu uczynienia wypowiedzi bardziej interesującą**, np.: „Sporadycznie, dla bardziej barwnego przekazu treści" (N); „Niekiedy włączenie do wypowiedzi takiego słownictwa czyni tekst żywszym i bardziej aktualnym, co może zainteresować młodego odbiorcę" (N);
- **prezentując dystans do samego siebie i tym samym zmniejszając barierę komunikacyjną, zwłaszcza w sytuacji nauczyciel–uczeń**, np.: „Niektóre są mi bliskie i czasem z nich korzystam. Pozwalają niekiedy w bardzo krótki i efektywny sposób wyrazić jakąś bardziej złożoną myśl. Slang to też swego rodzaju wspólny język z bliskimi mi osobami" (S);

„Mówię im, że nieuczenie się jest krindżowe i że Sigma w tej klasie jest jedna i to jestem ja" (N); „Jak uczniowie sami powiedzieli: pani jest taka nowoczesna, że powinna pani z nami siedzieć, a nie tam za biurkiem. A serio: te słowa są dobrym przykładem do wytłumaczenia tego, jak bardzo zmienia się polszczyzna na przestrzeni lat. Moda językowa dzięki tym przykładom nie jest suchym terminem" (N); „Niektóre pojawiają się w mojej komunikacji z młodzieżą, są niestety lepiej przez nich rozumiane. Przełamują też barierę pokoleniową" (N).

5. Uwagi końcowe

Udzielone odpowiedzi skłaniają do krótkiego podsumowania. Przeprowadzony sondaż wykazał, że zarówno przyszli, jak i czynni nauczyciele rozumieją większość modnych słów. Największe różnice odnotowano w rozumieniu wyrazów takich jak *brainrot*, *delulu*, *GOAT*, czyli słów mających obce pochodzenie i funkcjonujących w przestrzeni mediów, zwłaszcza społecznościowych. Większość nauczycieli, podobnie jak i studentów, nie stosuje jednak w komunikacji codziennej młodomowy, co wynika przede wszystkim z dwóch przyczyn: po pierwsze, różnicy pokoleniowej, a po drugie, negatywnej oceny tego słownictwa, które jest ich zdaniem nieprecyzyjne, sztuczne, niekiedy wręcz niestosowne. Respondenci doskonale rozumieją, że wykorzystywanie w interakcjach społecznych słów, które nie do końca rozumiemy, nie włączyliśmy ich do słownika czynnego, może narazić nas na śmieszność. Ankietowani, jeśli używają niektórych modnych określeń, czynią to z kilku powodów: (1) stosują je w formie żartu, (2) wykorzystują te wyrazy w sposób ironiczny, (3) sięgają po nie w celu nadania wypowiedzi wyrazistości i ożywienia jej oraz (4) uciekają się do nich, pragnąc przełamać bariery komunikacyjne i zmniejszyć tym samym dystans interpersonalny.

Warto podkreślić, że wiedza na temat przemian współczesnej polszczyzny może i powinna stanowić podstawę do kształtowania kompetencji komunikacyjnych młodych ludzi. Rozumienie języka młodych odgrywa niewątpliwie istotną rolę w efektywnej komunikacji międzypokoleniowej, może mieć również znaczenie w skuteczności oddziaływań edukacyjnych i wychowawczych. „Nastolatkowie są pod ogromnym wpływem internetu, komputerów i mediów społecznościowych. Wiele słów pochodzi z gier lub forów internetowych. To wyjaśnia ich popularność na całym świecie. Wyrażenia takie jak »sigma« lub »NPC« pojawiają się w leksykonie nastolatków pochodzących z różnych krajów, chociaż można ich używać w różnych kontekstach i sytuacjach" (Jagun 2023: 126).

Percepcja języka młodych przez nauczycieli jest złożona i często obarczona uprzedzeniami, co może wpływać nie tylko na komunikację w procesie edukacyjnym, ale również na skuteczność oddziaływań dydaktyczno-wychowawczych. Świadczy to o potrzebie większej świadomości socjolingwistycznej wśród nauczycieli i studentów kierunków pedagogicznych. W kontekście komunikacji dorosłych z młodymi wypada jednak pamiętać, że owe ekspresywne formy pojawiające się w języku młodzieży są niebywale zmienne, ulotne[5] i prawdopodobnie już niedługo zostaną zastąpione w gwarze uczniowskiej innymi terminami, stąd konieczność stałej obserwacji przez obecnych i przyszłych nauczycieli mowy uczniów, a także nieustanna aktualizacja własnej wiedzy w tym zakresie.

Literatura

Anusiewicz J., Skawiński J. (1998): *Słownik polszczyzny potocznej*. Warszawa–Wrocław.

Bell A. (1984): *Language Style as Audience Design*. „Language in Society" 13(2), s. 145–204.

Bijvoet E. (2018): *Förortssvenska i grindvakters öron: Perceptioner av migrationsrelaterad språklig variation bortom inlärarspråk och förortsslang*. „Språk och stil NF" 28, s. 142–175.

Çavuşoğlu Ç. (2021): *Standard language ideologies: the case of Cypriot Turkish in Turkish schools in London*. „Journal of Multilingual and Multicultural Development" 42, 9, s. 811–826.

Chaciński B. (2024): *Tik talk*. „Polityka" nr 50, s. 15–17.

Eckert P. (2000): *Linguistic Variation as Social Practice*: *The Linguistic Construction of Identity in Belten High*. Oxford.

Gawrysiak M. (2009): *Homo zappiens i homo sapiens. O technicznym, ludycznym i intelektualnym dostępie do mediów*. [W:] *Edukacja informacyjna. Neomedia w społeczeństwie wiedzy*. Red. K. Wenta, E. Perzycka. Szczecin, s. 36–38.

Hasjim M., Hasyim M., Lukman S., Kaharuddin R., Rabiah S., Nadaring H. (2024): *The Impact of Social Media Usage Among Teenagers on the Indonesian Language in The Digital Era*. „Journal of Ecohumanism". Vol. 3, No 8, s. 4393–4408.

Jagun A. (2023): *The Influence of the English Language on the Polish Youth Speak*. „Respectus philologicus" 44(49), s. 120–129.

Kowalikowa J. (2013): *Jak się mówi i pisze w szkole? Szkic do pejzażu dydaktycznego szkolnych odmian językowych*. [W:] *Odmiany polszczyzny w szkole. Teoria i praktyka*. Red. H. Synowiec. Katowice, s. 9–23.

Kress G. (2003): *Literacy in the New Media Age*. London.

Kreutz M. (1969): *Rozumienie tekstów*. Warszawa.

McQuail D. (2010): *McQuail's Mass Communication Theory*. Londyn.

Ogonowska A., Skowronek B. (2016): *„Język na nielegalu", czyli wpływ multimediów na komunikację werbalną młodego pokolenia. O nową metodologię badań*. [W:] *Język w internecie. Antologia*. Red. M. Kita, I. Loewe. Katowice.

[5] Bartek Chaciński, przywołując opinię Bogusława Skowronka, stwierdził, iż można te konstrukcje opisać „hasłem entomologicznym, jętki jednodniówki, od owadów, które w dorosłej postaci żyją krótko, w skrajnym przypadku tylko jeden dzień" (Chaciński 2024: 17).

Ożóg K. (2010): *Współczesne relacje między językiem polskim a kulturą*. [W:] *Przeobrażenia w języku i komunikacji medialnej na przełomie XX i XXI wieku*. Red. M. Karwatowska, A. Siwiec. Chełm, s. 121–131.

Siuda P. (2016): *Ankieta internetowa: zalety i wady – rekapitulacja*. [W:] *Metody badań online*. Red. P. Siuda. Bydgoszcz, s. 28–81.

Słownik Języka Polskiego PWN, <https://sjp.pwn.pl/ciekawostki/haslo/Mlodziezowe-Slowo-Roku-2024-znamy-juz-finalowa-dwudziestke;9395165.html#google_vignette>, dostęp: 15.08.2025.

Tymiakin L. (2014): *Światło i wyrazy pochodne w rozumieniu piętnastolatków*. [W:] *Światy uczniowskie. Język – media – komunikacja*. Red. M. Karwatowska, L. Tymiakin. Lublin, s. 39–53.

Warchala J., Skudrzyk A. (2012): *Kultura piśmienności młodego pokolenia*. Katowice.

Wileczek A. (2020): *Kod młodzieży czy kod młodości? Społeczno-kulturowe aspekty „mediatyzacji" młodomowy*. [W:] *Polszczyzna w dobie cyfryzacji*. Red. A. Hącia, K. Kłosińska, P. Zbróg. Warszawa, s. 169–186.

Zhang W. (2022): *Analysis of the Russian youth slang by native Chinese Les Ulis*. „EDP Sciences SHS web of conferences" 134, s. 1–5.