

УДК 81-115'42[82.091:821.162.1+821.161.2]

DOI: 10.31471/2304-7402-2024-19(71)-193-204

МОВНИЙ АСПЕКТ СЛЕНГОВОЇ ЛЕКСИКИ В УКРАЇНСЬКИХ І ПОЛЬСЬКИХ СОЦМЕРЕЖАХ

Олександр Воробець

*Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника;
76000, вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ*

У статті висвітлюються особливості мовного аспекту сленгової лексики в українських і польських соціальних мережах. Через молодіжну говірку, як популярний код сучасних субкультур як України, так і Польщі, можна дізнатися про сучасні засоби деривації зазначених мов, особливості інтернетного спілкування молоді. Привертають увагу англомовні скорочення сучасного мовлення української і польської молоді, зокрема аббревіатури, слова, скорочені внаслідок відтинання останніх складів, поєднання букв і цифр, нові конструкції, що виникають унаслідок пропуску голосних звуків тощо. Акцентовано, що в наш час важко не помітити стрімкий розвиток засобів зв'язку та інформаційних технологій, що видозмінили людське спілкування. Із появою соціальних мереж розпочався новий етап комунікації, що відкриває потужні медійні можливості та привертає увагу до нових тенденцій у комунікативних процесах. Комунікація у кіберпросторі є предметом зацікавленості як лінгвістів, так і соціологів, антропологів, медіаекспертів.

Однією з основних частин статті є аналіз різних аспектів впливу соціальних мереж на мову в українському та польському контекстах. Розглянуто використання аббревіатур, скорочень, емодзі та сленгу в цих мережах, з'ясовано як ці мовні явища відображають культурні впливи та специфічні особливості спілкування. Також було розглянуто питання мовної адаптації і впливу англійської мови на мовлення в соцмережах.

Ключові слова: *сленг, молодь, спілкування, скорочення, технології, соціальні мережі, лінгвістична інновація, культурні впливи, аббревіатури, цифрова комунікація, емодзі, інтернет-мовлення, глобалізація мови, Instagram, Facebook, Twitter.*

Постановка проблеми. Дослідження мовного аспекту сленгової лексики в українських і польських соціальних мережах має надзвичайну актуальність в сучасному світі інформаційних технологій. Соціальні мережі стали важливим засобом комунікації для мільйонів людей, і вони впливають не лише на спосіб спілкування, а й на саму мову. Користувачі мереж активно формують нові мовні структури, слова, вирази та скорочення, які можуть відзеркалювати сучасні культурні, соціальні та технологічні тенденції.

Дослідження сленгової лексики в соціальних мережах також має практичний вимір, оскільки воно може бути корисним для лінгвістів, викладачів мов, перекладачів, мовних аналітиків та маркетологів. Розуміння цього явища дозволяє створювати ефективніші комунікаційні стратегії, підтримувати культурний обмін та вдосконалювати навички мовлення в сучасному цифровому середовищі.

Через молодіжну мову, говірку чи сленг як популярний код сучасних субкультур як в Україні, так і в Польщі можна дізнатися про сучасні засоби деривації цих мов та особливості інтернет-комунікації серед молоді. На особливу увагу заслуговує роль англійських аббревіатур у розвитку сучасної розмовної мови серед молоді України та Польщі. До найважливіших особливостей англійської мови можна віднести такі: аббревіатури, слова, скорочені шляхом відсікання останнього складу, поєднання літер і цифр, нові конструкції внаслідок пропуску голосних тощо.

Сьогодні важко не помітити, що стрімкий розвиток комунікаційних та інформаційних технологій перетворює людське спілкування. Поява соціальних мереж відкрила нові етапи спілкування, відкриваючи потужні медійні можливості та привертаючи увагу до нових тенденцій у комунікативному процесі. Комунікація в кіберпросторі – цікава тема як для лінгвістів, соціологів, антропологів, так і для спеціалістів у галузі ЗМІ.

Відомо, що мережевий дискурс здебільшого відбувається у форумах і чатах. Найпопулярнішими платформами соціальних мереж сьогодні є Instagram, Facebook і Twitter. Наразі єдиними соціальними мережами в Україні є WEUA, Ukrainians і Kozakam.com, але ці медіаплатформи використовуються слабо.

Аналіз досліджень і публікацій. Вивченням цієї проблеми займалися такі відомі вчені й дослідники, як А. Грищенко, Е. Берестовська, В. Каптюрова, М. Руденко, О. Синюта, І. Ющук, О. Тараненко, Б. Горпинич, Б. Цьолик; дослідниками стилістичної функції неологізмів є І. Білодід, О. Коваль, О. Пономарів, Л. Кравець. В останні десятиліття українські неологізми, особливо громадсько-політична лексика, вивчаються здебільшого з погляду загального словотворення, лексичного значення та стилістичних тенденцій (наприклад, О. Москаленко, І. Шашкін, К. Ленець, О. Сербенська).

Постановка завдання. Метою статті є розгляд мовного аспекту сленгової лексики в українських і польських соціальних мережах.

Виклад основного матеріалу. Розглядаючи дослідження зарубіжних учених, можна підкреслити, що перше місце посідають повідомлення англійською мовою, друге – японською, третє – іспанською.

Однак слід зазначити, що значна кількість україномовної інформації набирає обертів. Якщо раніше україномовною спільнотою були здебільшого українські компанії, ЗМІ, політичні та громадські організації, то сьо-

годні блогери та пересічні користувачі соціальних мереж дедалі частіше розміщують інформацію сучасною українською писемною мовою.

Комунікативна поведінка користувачів соціальних мереж визначається певними правилами мережевого етикету, що включають у себе скорочений словниковий запас, використання жаргону, сленгу, численних скорочень та абrevіатур, використання смайликів (емодзі), які надають емоційно-експресивного забарвлення повідомленням. Про це також свідчить широке використання таких повідомлень [3].

Так, емотикони компенсують елементи паралінгвального спілкування, виявляючи журбу, радість, здивування тощо. Наприклад: « :-D,))) » – сміх, « :-) » – щастя, « :-(» – сум, « :-0 » – здивування тощо. Інтернет-мова, на нашу думку, – це знакова система, що є одним з основних засобів людського спілкування в мережі Інтернет [6].

У польській мові також існує свій сленг, який активно використовується як молоддю, так і людьми старшого покоління. Деякі з цих слів настільки усталилися, що їх важко відрізнити від писемної польської мови. Тому всім, хто вивчає польську мову, а також тим, хто збирається до Польщі (або вже перебуває в Польщі), необхідно знати хоча б найпоширеніші сленгові слова. Наприклад: *elo-* (з англ. *hello*) – привіт, *baniak* – незадовільна оцінка в школі, *bimberek* – самогон, *boba* – шапка, *choinka wielkanosna* – так кажуть про дівчину або занадто нафарбовану, або дівчину, яка вдягнена відверто, *chuzo* – швидко, *dostac na garba* – чути неприємні слова від когось, *facetka* – жінка або вчителька, *fajek* – сигарета тощо [6].

Молодь Польщі використовує абrevіатури для спілкування, зокрема в соціальних мережах. Лексичні абrevіатури є засобом створення інтернет-сленгу. Такі лексичні абrevіатури мають окрему морфологічну структуру символів, які еквівалентні словам. Оскільки в чатах використовується друкований текст, відновити голосні набагато простіше, ніж приголосні. Слід зазначити, що польські голосні дуже легко вивести з контексту. У зв'язку з цим найпоширенішим механізмом виключення голосних зі слів і фраз є побудова абrevіатур. Найбільш часто використовуваними скороченнями є: *V.P.* – *będę później*; *bagaj* – *bagaznik*; *cb* – *ciebie*; *CD* – *Compact Disc*; *dbn* – *dobranoc*; *faktyka* – *faktycznie*; *gamaja* – *gimnazjum*; *siema* – *jak sie masz?* Такі скорочення добре зарекомендували себе у молодіжному спілкуванні, наприклад: нетрадиційні скорочення – опускання голосних (створені на основі соціальних мереж), наприклад: *msz* – *masz*; *nm* – *nam*; *cb* – *ciebie*; *sb* – *siebie*; *wgl* – *w ogole*; *bd* – *będę*; *pzdr* – *pozdrowienia*; *j t* – *ja tez*; *mg* – *mogę*; *jtr* – *jutro*; *dbnnc* – *dobranoc* [7].

Мовлення в соціальних мережах, як і живе мовлення, будується на основі мовних норм (лексичних, орфографічних, граматичних та синтаксичних). Лінгвістичні аспекти спілкування в соціальних мережах виражаються на різних рівнях.

Наприклад, на лексичному рівні люди переважно використовують побутову лексику, жаргон і сленг. Скорочення є одним зі способів словотворення і характерні для спілкування в соціальних мережах. Наприклад, IMHO (англ. In My Humble Opinion) – по-моєму..., як на мене. LOL – (англ. Laughing Out Loud) – регочу на всю горлянку, 4u – (англ. For You) – для тебе. Наведені мовні засоби діють не тільки в мережі, а також переходять у буденне розмовне спілкування [3].

Розрізняють слова, запозичені з інших мов, та українські слова, адаптовані до іншомовних варіантів. «Гуглити» чи «загуглив», які ми чуємо щодня, означають пошук певної інформації в Інтернеті за допомогою одного з пошукових сервісів – Google. «Like» означає «подобається» допис на Facebook. Selfie – вид фотографії, автопортрет, зроблений за допомогою фотоапарата, телефона або веб-камери. Follower – користувач соціальних мереж, який стежить за оновленнями та новинними стрічками інших користувачів. [6].

Україномовні варіанти: уподобати – це те саме, що «лайкнути». Утворене поєднанням українського «вподобати» та запозиченого «лайкнути». Самознимка, самосвітлик (від сам + світл(ина) + суфікс -ик-), себешечка, самоклац, себеклац, особисточка, себенчик – це те саме, що й селфі. Підписник, постажник, відслідковувальник, споглядальник – інтернет-дописувач.

Скорочення слів і базових звуків – ще один поширений спосіб створення сленгу в соціальних мережах. Приклади: комп, інфа, інет.

Синтаксис соціальних мереж характеризується лаконічною структурою, у розмовах користувачів соціальних мереж переважають прості речення, оскільки інформація, що передається в соціальних мережах, має максимально стислий зміст [6].

Мовний аспект сленгової лексики в українських і польських соціальних мережах є цікавим об'єктом дослідження, оскільки він відображає культурні, соціальні та мовні особливості користувачів цих мереж. Соціальні мережі стали важливим засобом комунікації та обміну інформацією, і вони часто впливають на мовну практику та словниковий запас користувачів. Основними аспектами сленгової лексики в українських і польських соціальних мережах є:

1. *Культурні впливи* на аспекти сленгової лексики в українських і польських соціальних мережах відображають той факт, що мовна практика завжди є частиною більшої культурної матриці. У мережах користувачі часто використовують вирази та слова, які популяризуються завдяки культурним явищам, таким як музика, кіно, телебачення, спорт тощо. Ось деякі приклади з українських і польських соціальних мереж та ЗМІ:

– Українські та польські соціальні мережі часто відзеркалюють популярність місцевих та світових музичних гуртів, а також події в світі спорту. Наприклад, пісні популярних виконавців часто впливають на

мовний стиль користувачів. Український гурт «Океан Ельзи» створив популярний сленговий вираз «злива», який вказує на дощ, а цей вираз часто зустрічається в коментарях до погоди в соціальних мережах.

– Популярні фільми та телешоу часто надають поштовх розвитку нових сленгових слів та фраз. Наприклад, польський серіал «Czterdziestolatek» у 1970-х роках вплинув на польську мовну практику, і деякі його вирази стали частиною польського сленгу.

– Українські та польські мережі також відомі своєю схильністю до створення та поширення інтернет-мемів. Меми можуть передавати почуття гумору або сарказму, і їхні фрази або сленгові вирази часто включаються в повсякденну мову. Наприклад, в Україні після виникнення популярного мему з обличчям жовтого kota стало модним використовувати слово «животік» для позначення сміху чи жартів.

– Модні тренди та стилі життя також впливають на мовний стиль у соціальних мережах. Наприклад, українські користувачі соцмереж іноді використовують англійські слова та фрази, пов'язані зі спортом, фітнесом та здоровим способом життя, щоб виразити свої інтереси.

Ці приклади ілюструють, як культурні впливи формують сленгову лексику в українських та польських соціальних мережах, та показують, що мовний аспект є живою і динамічною частиною онлайн-комунікації.

2. *Інтернет-меми.* Мережі також відомі своєю схильністю до створення та поширення інтернет-мемів. Меми мають свій власний мовний стиль, який може включати в себе слова, вирази та аббревіатури, специфічні для цього мему.

Інтернет-меми є надзвичайно важливим аспектом сленгової лексики в українських та польських соціальних мережах. Меми – це невеликі частини змісту, які швидко розповсюджуються в Інтернеті і можуть мати гумористичний, саркастичний або іронічний характер. Оскільки меми створюються та поширюються масово, вони часто містять у собі специфічний мовний стиль, слова, фрази та аббревіатури, які можуть стати частиною сленгової лексики. Інтернет-меми швидко впливають на мовну практику користувачів соціальних мереж та розвиваються відповідно до поточних подій та трендів [7].

Приклади з українських і польських ЗМІ та соціальних мереж:

– Український приклад – «Зе! Шо там?!»: Під час президентських виборів в Україні 2019 року кандидат Володимир Зеленський використовував вираз «Зе! Шо там?!» як частину своєї кампанії. Цей фразовий оберт швидко став популярним і розповсюдився в Інтернеті як мем, використовувався для вираження подиву, здивування.

– Польський приклад – «Je suis Zofia»: В польському серіалі «Корона королеви» з'явився персонаж на ім'я Зофія, яка стала об'єктом спільноти в Інтернеті. При фразі «Je suis Zofia» (французькою «Я – Зофія») користувачі виражали солідарність з цим персонажем та викорис-

товували це як частину іронічного та гумористичного контексту [9].

Ці приклади ілюструють, як інтернет-меми можуть виникати навколо популярних культурних явищ і проникати в мовну лексику. Такі меми швидко поширюються в соціальних мережах та стають частиною спільного мовного коду, який розуміють користувачі, що спілкуються в цьому середовищі.

3. Специфічні вирази. Користувачі соціальних мереж часто створюють власні вирази та слова, які можуть бути специфічними для конкретної мережевої спільноти. Ці вирази можуть відображати гумор, сарказм або іронію.

Специфічні вирази є важливим аспектом сленгової лексики в українських та польських соціальних мережах. Це – слова, вирази або скорочення, які специфічні для конкретної онлайн-спільноти, групи користувачів або теми обговорення. Специфічні вирази можуть виникати під впливом подій, трендів або інших факторів; вони дозволяють користувачам більш точно та ефективно виражати свої думки та почуття. Нижче наведено приклади специфічних виразів із українських і польських ЗМІ та соціальних мереж.

Приклади із українських ЗМІ та соціальних мереж:

1. «Зеленський, зеленіємо!»: Під час виборів Володимир Зеленський обіцяв знищити корупцію та привести до змін у владі. Фраза «Зеленський, зеленіємо!» стала популярною в Інтернеті та використовується як підтримка Зеленського та його реформ.

2. «Все погано – це кремлівський заговор»: Цей вираз став символом іронічного підходу до аналізу різних ситуацій та новин, коли деякі події сприймаються як «кремлівський заговор» чи загроза національній безпеці.

Приклади із польських ЗМІ та соціальних мереж:

1. «Otwieracz do piwa»: Цей вираз дослівно означає «відкривачка для пива» і використовується для позначення кожного об'єкта або речі, яка може використовуватися для відкриття пляшки з пивом. Він став популярним у контексті жартів про те, які предмети можуть виконувати роль «відкривачки для пива».

2. «Youtuberki»: Це слово є назвою жіночих відеоблогерів на YouTube. Воно стало популярним в польській інтернет-спільноті та допомагає ідентифікувати жіночі особистості, які створюють відеоконтент на YouTube [9].

Ці приклади показують, як специфічні вирази виникають і розвиваються в соціальних мережах та ЗМІ і використовуються для спілкування та вираження певних концепцій чи ідей. Вони відображають креативність та адаптивність мови в цифровому середовищі.

4. *Абревіатури та скорочення*. В соціальних мережах часто вживаються абревіатури та скорочення, оскільки вони допомагають зекономити час при введенні тексту. Наприклад, «LOL» (Laugh Out Loud) або

«BRB» (Be Right Back) є добре відомими прикладами.

Абревіатури та скорочення є важливими аспектами сленгової лексики в українських та польських соціальних мережах. Вони допомагають користувачам виразити свої думки та почуття у більш компактній та зрозумілій формі, що особливо важливо в умовах обмеженого простору для тексту, як у Twitter, або для зекономлення часу при введенні повідомлень. Приклади абревіатур та скорочень в українських ЗМІ та соціальних мережах:

1. LOL (Laugh Out Loud) – це скорочення використовується для вираження сміху чи гумору в інтернет-комунікації. Приклад: «Той відеоролик був такий смішний, LOL!»

2. BRB (Be Right Back) – вказує на те, що користувач вийшов на мить і повернеться незабаром. Приклад: «BRB, йду на кухню».

3. OMG (Oh My God) – використовується для вираження здивування або шоку. Приклад: «OMG, я не очікував такого рішення!»

4. TGIF (Thank God It's Friday) – скорочення, яке святкує прихід п'ятниці та відзначає початок вихідних днів. Приклад: «TGIF! Нарешті вихідні!»

Приклади абревіатур та скорочень в польських ЗМІ та соціальних мережах:

1. DM (Direct Message) – вказує на приватне повідомлення або прямий контакт з іншим користувачем. Приклад: «Пошли мені DM, щоб поговорити про це.»

2. BTW (By The Way) – використовується для вставлення додаткової інформації у розмову. Приклад: «BTW, ти бачив останній випуск цього серіалу?»

3. LOL (Laughing Out Loud) – схожий на українську абревіатуру, це скорочення використовується як вираз сміху. Приклад: «LOL, цей жарт відмінний!»

4. OMG (Oh My God) – аналогічно до українського варіанта ця абревіатура виражає здивування або шок. Приклад: «OMG, я не можу повірити, що це сталося!»

Ці абревіатури та скорочення відображають здатність користувачів до короткого та ефективного спілкування в соціальних мережах, а також гнучкість мови, яка адаптується до потреб цифрового середовища.

5. *Комунікативна скороченість*. Користувачі соціальних мереж часто виражають свої думки та почуття в коротких повідомленнях. Це може призвести до використання скорочень, спрощень та неповних речень.

Комунікативна скороченість – це ключовий аспект сленгової лексики в українських і польських соціальних мережах. У цифровому середовищі, де часто існує обмеження на кількість символів у повідомленнях (як у Twitter), або де користувачі шукають шляхи для швидкого та ефективного спілкування, комунікативна скороченість стає важливим ін-

струментом. Це включає в себе використання аббревіатур, скорочень, числових кодів та символів для вираження складних ідей або емоцій. Нижче наведено приклади комунікативної скороченості в українських і польських ЗМІ та соціальних мережах.

Приклади комунікативної скороченості в українських ЗМІ та соціальних мережах:

1. «ПН» – використовується для позначення понеділка. Приклад: «ПН – це завжди найважчий день.»

2. «ТХ» – скорочення від «технічно». Використовується, коли користувачі пояснюють технічні аспекти чогось. Приклад: «Це ТХ складно виправити.»

3. «Щс»: Скорочення від «щойно» – вказує на недавню подію. Приклад: «Я ще повернуся, треба щось перевірити.»

Приклади комунікативної скороченості в польських ЗМІ та соціальних мережах:

1. «PW» – використовується для позначення пароля. Приклад: «Забув PW до свого облікового запису.»

2. «ŚM» – скорочення від «śmiech» (сміх). Використовується для вираження сміху. Приклад: «Ten dowcip to czyste ŚM!»

3. «JPG» – скорочення для формату файлу. Використовується, коли користувачі обмінюються зображеннями чи фотографіями. Приклад: «Wyślij mi to zdjęcie w formacie JPG.»

Ці приклади вказують на те, як українські та польські користувачі використовують комунікативну скороченість для економії часу та ресурсів при спілкуванні в цифровому середовищі. Це також відображає бажання бути лаконічними та ефективними у виразі своїх думок та почуттів.

6. *Мовна адаптація*. Українська та польська мови можуть адаптуватися під впливом англійської мови через англіцизми та запозичення. Це може виявлятися в заміні слів англійськими аналогами або використанням англійських слів в українському чи польському контексті.

Мовна адаптація – це важливий аспект сленгової лексики в українських і польських соціальних мережах. Вона включає в себе процес пристосування мови до специфіки онлайн-середовища, а також до потреб і комунікаційних звичок користувачів соцмереж. Мовна адаптація може включати в себе використання англійських слів і фраз, аббревіатур, локальних мовних елементів і різні технічні терміни, які відображають технологічний характер сучасних мереж та комунікації [8].

Нижче наведено приклади мовної адаптації в українських та польських ЗМІ та соціальних мережах:

Приклади мовної адаптації в українських ЗМІ та соціальних мережах:

1. «Лайкати» – Це слово походить від англійського «like» і використовується для позначення виразу позитивного ставлення до публікації або контенту. Приклад: «Не забудьте лайкнути цей пост!»

2. «Пост» – використовується для позначення публікації або за-

пису, розміщеного в соціальних мережах. Приклад: «Я опублікував новий пост на своїй сторінці».

3. «Хештег» – Це слово походить від англійського «hashtag» і вказує на використання ключового слова чи фрази, яка допомагає згрупувати повідомлення за конкретною темою. Приклад: «Додайте до свого посту хештег #мода, щоб інші могли знайти його.»

Приклади мовної адаптації в польських ЗМІ та соціальних мережах:

1. «Lajkować» – це слово використовується для виразу позитивного ставлення до публікацій та контенту походить від англійського «like» Приклад: «Nie zapomnij polajkować tego postu!»

2. «Post» – Термін «post» використовується для опису публікацій та записів у соціальних мережах. Приклад: «Opublikowałem nowy post na swoim profilu.»


3. «Hasztag» – це слово вказує на використання ключових слів чи фраз для групування повідомлень за певною темою. Приклад: «Dodaj do swojego postu hasztag #moda, żeby inni mogli go znaleźć.»


Мовна адаптація в українських та польських соціальних мережах відображає вплив англійської мови та технологій на комунікацію в цифровому середовищі, а також прагнення користувачів виразити себе ефективно та модерно.


7. *Емодзі*. Емодзі використовуються для вираження емоцій та настрою в текстовому спілкуванні. Вони стали невід'ємною частиною мовного виразу в соціальних мережах.

Емодзі (або смайли) – це важливий аспект сленгової лексики в українських і польських соціальних мережах. Емодзі – це маленькі зображення, які використовуються для виразу емоцій, настрою та конкретних ситуацій. Вони можуть бути додані до повідомлень, коментарів або заголовків, щоб краще передати тон та почуття користувачів. Емодзі стали не тільки елементом комунікації, але й свого роду мовним символом, який виражає почуття спільноти та культурні контексти.

Приклади використання емодзі в українських ЗМІ та соціальних мережах:

1. Серце  – емодзі серця використовується для вираження любові, симпатії або прихильності. Використовується у коментарях, повідомленнях та описах фотографій.

2. Смішок  – емодзі сміху використовується для вираження гумору та смішних ситуацій. Він додає легкості та жарту до тексту.

3. Плюс один  – цей емодзі використовується для вираження підтримки та погодження з чимось. Використовується як вираз солідарності.

Приклади використання емодзі в польських ЗМІ та соціальних мережах:

1. Uśmiechnięta buźka 😊😊 – емодзі усмішки використовується для вираження радості та позитивного настрою. Використовується в коментарях, повідомленнях та постах.

2. Kocham cię ❤️ – емодзі серця використовується для виразу кохання та прихильності. Використовується в особистих повідомленнях та коментарях.

3. Wzruszona buźka 😞 – емодзі смутку використовується для виразу суму та невдоволення. Використовується у відгуках на сумні події чи новини.

Емодзі дозволяють виразити емоції і створити більш глибокий зв'язок між користувачами в онлайн-спільнотах. Вони стають важливим елементом сучасного мовлення, і їх використання може відрізнитися в залежності від культурних особливостей та спільнот.

Соціальні мережі суттєво вплинули на розвиток української та польської мов, створивши новий цифровий контекст для спілкування та мовного виразу. Ось декілька ключових висновків щодо цього впливу:

1. Соціальні мережі сприяють активному використанню іншомовних слів і фраз, зокрема англійських, які стали частиною повсякденного спілкування, збагачуючи мову.

2. Соціальні мережі сприяють розвитку сленгу та специфічних виразів, які часто виникають під впливом важливих подій, трендів тощо. Це створює внутрішній мовний код, зрозумілий тільки членам конкретної спільноти.

3. У соціальних мережах, де є обмеження на кількість символів у повідомленнях, використовується аббревіатури та скорочення для економії часу та простору. Це сприяє швидкому та лаконічному спілкуванню.

4. Соціальні мережі спонукають користувачів до адаптації мови до специфіки онлайн-середовища, що зумовлює використання англійських слів і технічних термінів, а також виразів, які відповідають стандартам соцмереж.

5. Емодзі відіграють важливу роль для вираження емоцій та настроїв у соцмережах. Вони допомагають вияскравити почуття та створюють більш інтимну атмосферу у спілкуванні користувачів.

Таким чином соціальні мережі вплинули передусім на спілкування молоді як в Україні так і в Польщі сприяючи інноваціям у способах спілкування. Вони стали важливими факторами в еволюції мовних практик і культурного обміну, дозволяючи користувачам виражати себе та спілкуватися у більш різноманітний та креативний спосіб.

Слід також зазначити, що проблеми, які стоять нині перед правовим, економічним і соціальним розвитком держави, спричинили появу нових виразів, що активно використовуються молоддю у спілкуванні, як у соціальних мережах, так і в реальному житті. З'являються нові аббревіатури та вирази, які активно переходять із віртуального світу в реальний. Використання нових аббревіатур у спілкуванні створює можливості для формування основ молодіжного сленгу. Слід підкреслити, що кількість скорочень у мові стрімко зростає, оскільки використання коротких і зрозумілих одиниць мови дуже зручне під час спілкування в Інтернеті. Поширеність англійського сленгу відіграє велику роль як в українській, так і в польській мовах, хоча польська запозичує з інших мов менше. Оскільки в соціальних мережах поширений розмовний стиль, спілкування, як правило, має спонтанний і неформальний характер, лаконічний і експресивний. Серед науковців точаться суперечки щодо того, наскільки така манера спілкування пасує сучасній молоді, тому це явище потребує подальшого детального вивчення.

Література

1. Бергельсон М.Б. Мовні аспекти віртуальної комунікації. Вісник МГУ. Лінгвістика і міжкультурна комунікація. 2002. № 1. С. 55–67.
2. Берестовська Е.М. Молодіжний сленг: формування і функціонування. Питання мовознавства. 2011. №3. С. 32-41.
3. Каптюрова В. В. Сленг соціальних мереж та мікроблогів. Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. 2012. С. 134-140.
4. Ніколаєва Т.М. Лексико-семантичні аспекти мови соціальних мереж. Закарпатські філологічні студії. Випуск 9. Том 2. 2018. С. 96-101.
5. Руденко М. Ю. Арго, жаргон і сленг у європейському й американському мовознавстві: історія і сучасний стан дослідження: дис.канд. філол. наук. 10.02.15 – загальне мовознавство. Філологічні науки. Слов'янськ. 2019. 270 с.
6. Синюта О. Роль соціальних мереж у змінненні мов. International scientific survey journal. 2018. Т. 1, № 3. С. 1-13.
7. Цьолик Б., Круглій О. Молодіжний соціолект як популярний код сучасної субкультури в Польщі, «Україна та Польща: минуле, сьогодення, перспективи» 2018, т. 8., s. 31-35.
8. Чала А. Г. Мовний аспект сленгової лексики в українських і польських соціальних мережах. Integration of Education, Science and Business in Modern Environment: Summer Debates. Інтеграція освіти, науки та бізнесу в сучасному середовищі: літні дебати: мат-ли V Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (Дніпро, 3-4 серпня 2023 р.). Дніпро: ФОП Мареніченко, 2023. С. 528-531
9. Witosz B. Dyskurs i stylistyka. Katowice, 2009. S. 59.

**LANGUAGE ASPECT OF SLANG VOCABULARY
IN UKRAINIAN AND POLISH SOCIAL NETWORKS****Oleksander Vorobets***Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*

The research thesis highlights the peculiarities of the linguistic aspect of slang vocabulary in Ukrainian and Polish social networks. Through the youth dialect, as a popular code of modern subcultures of both Ukraine and Poland, one can learn about the modern means of derivation of these languages, as well as the peculiarities of Internet communication of young people. The role of English-language abbreviations in the development of modern speech of Ukrainian and Polish youth is emphasized, including abbreviations, words shortened by cutting off the last syllables, combinations of letters and numbers, new constructions resulting from the omission of vowel sounds, etc. It is emphasized that in our time it is difficult not to notice the rapid development of communication and information technologies that have transformed human communication. With the advent of social media, a new stage of communication has begun, opening up powerful media opportunities and drawing attention to new trends in communication processes. Communication in cyberspace is a subject of interest to linguists, sociologists, anthropologists, and media experts alike.

One of the main parts of the article is the analysis of various aspects of the impact of social networks on language in the Ukrainian and Polish contexts. The use of abbreviations, abbreviations, emojis, and slang in these networks is considered, and how these linguistic phenomena reflect cultural influences and specific features of communication. The issue of language adaptation and the influence of the English language on communication in social networks was also considered.

Keywords: *slang, youth, communication, abbreviations, technology, social networks, linguistic innovation, cultural influences, abbreviations, digital communication, emojis, Internet broadcasting, globalization of language, Instagram, Facebook, Twitter.*