

УДК 811.162.1

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/95-2-33>

Тетяна НЕДАШКІВСЬКА,

orcid.org/0000-0001-7810-8773

*кандидат філологічних наук, професор,
завідувач кафедри слов'янської і германської філології та перекладу
Житомирського державного університету імені Івана Франка
(Житомир, Україна) meganed777@gmail.com*

ПОЛЬСЬКА МОВА В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ: ВЗАЄМОДІЯ ВЕРБАЛЬНИХ І НЕВЕРБАЛЬНИХ ЗАСОБІВ

Стаття доводить, що в цифровізованому світі інтернет вважається найдосконалішим мультимедійним засобом, що об'єднує різних людей задля спільної комунікації, яка відбувається за допомогою вербальних та невербальних засобів комунікації. До перших відносяться розмовна лексика і просторіччя, англіцизми, гібридні форми, скорочення та аббревіації, графічні варіанти слів, хештеги, ключові слова тощо. Емодзі, стікери, гіф-анімація, меми, графічні засоби оформлення тексту становлять її невербальне наповнення. Мета роботи – показати, як саме польська мова функціонує в інтернеті та наскільки успішним для неї є використання вербальних і невербальних засобів комунікації, що доповнюють її бажані смисли, емоційність та прагматику.

У результаті роботи встановлено дієвість вербально-невербального спілкування в інтернеті польською мовою. За його допомогою будується семіотична система звуків, слів і зображень, що відтворює інтенції, прагматичні та емоційні учасників цифрового онлайн-дискурсу. Визначено функції вербальних і невербальних засобів комунікації та окреслено комунікативні стратегії інтернет-спілкування, орієнтація яких направлена на швидке, емоційно насичене і культурно марковане сприйняття інформації. Саме вони демонструють нову форму мовленнєвої онлайн-взаємодії, де вербальні та невербальні елементи працюють спільно, демонструючи ефективність такого тандему.

Висновки підтвердили, що функціонування польської мови в інтернет-просторі позначене формуванням вербально-невербальних засобів комунікації, за допомогою яких польськомовний онлайн-дискурс став мультимодальним. Представлені емодзі, мемами, гіф-анімаціями, форматуванням і графічними маркерами невербальні засоби спілкування функціонують в мережевих текстах задля точнішої їх інтерпретації. А під час взаємодії з вербальними елементами, змінюють механізми традиційного сприйняття інформації та націлюють адресата розмови на довірливий тон, створюючи атмосферу присутності та доброзичливості в різних комунікативних стратегіях.

Ключові слова: *цифровізований світ, інтернет-дискурс, вербальні та невербальні засоби спілкування, польська мова, ефективна комунікація.*

Tetiana NEDASHKIVSKA,

orcid.org/0000-0001-7810-8773

*PhD in Philology, Professor,
Head of the Department of Slavic and Germanic Philology and Translation
Zhytomyr Ivan Franko State University
(Zhytomyr, Ukraine) meganed777@gmail.com*

POLISH LANGUAGE ON THE INTERNET: INTERACTION OF VERBAL AND NON-VERBAL MEANS

The article proves that in the digitalized world, the Internet is considered the most advanced multimedia tool that unites different people for joint communication, which occurs using verbal and non-verbal means of communication. The former includes colloquial vocabulary and colloquialisms, anglicisms, hybrid forms, abbreviations and acronyms, graphic variants of words, hashtags, keywords, etc. Emojis, stickers, gif animation, memes, graphic means of text design constitute its non-verbal content. The purpose of the work is to show how the Polish language functions on the Internet and how successful it is in using verbal and non-verbal means of communication that complement its desired meanings, emotionality and pragmatics.

The results of the study demonstrate that verbal-nonverbal communication on the Internet is in demand and effective. When it is harmoniously combined during communication, it forms an important and colorful semiotic system filled with images, sounds and words, capable of very accurately reproducing the intentions, pragmatisms and emotions of the recipients of digital discourse online. The functional typology of verbal and nonverbal means in Polish-language online discourse has been determined, and it has been stated that their interaction can significantly transform communication, because the author's meanings embedded in it are built on the intersection of different sign systems. Communicative strategies of Internet communication have been outlined, the orientation of which is aimed at fast, emotionally rich and

culturally marked perception of information. They demonstrate a new form of online speech interaction, where verbal and nonverbal elements work together, demonstrating the effectiveness of such a tandem.

The findings confirmed that the functioning of the Polish language in the online space is marked by the interaction of verbal and non-verbal means of communication, through which Polish-language online discourse has become multimodal.

Key words: *digitalized world, Internet discourse, verbal and non-verbal means of communication, Polish language, effective communication.*

Постановка проблеми. Інтернет за час свого існування призвів до трансформації мов, користувачі яких не лише не завжди дотримуються норм і правил, а й часто, особливо в соціальних публіках уважають це виявом нової мовленнєвої культури, адже спілкування через комп'ютерні монітори та екрани смартфонів – специфічне, вільне від традиційних правил. Інформаційні технології дозволяють використовувати розмовний стиль, писати листи і спілкуватися за допомогою скорочень, абрєвіатур, акронімів, Еможі, мемів, гіф-анімації, хештегів, графічних символів і навіть форматування тексту. Отже, взаємодія вербальних і невербальних засобів щільніша, ніж у «живій» комунікації. Варто зауважити, що таке перетворення звичного для нас лінійного тексту на відверто мультимедійний характерне для усіх без винятку національних мов, що більшою чи меншою мірою проявляють свою активність в інтернеті.

Польська мова, про яку ми говоритимемо в межах нашого дослідження, докладає достатньо зусиль, щоб її адаптація до сучасних цифровізаційних умов була максимально успішною та ефективною. Скажімо, створює чи запозичує такі лексичні одиниці, за допомогою яких можна яскравіше передавати почуття, смисли, оцінку, бажання тощо. А ще залучає візуальні паралінгвальні засоби, що стають компенсаторами і заміниками інтонацій, мімічних рухів, жестів та безпосереднього контакту між учасниками діалогу.

Аналіз досліджень. Як переконує А. Вежбіцька-Олейнічак, сьогодні варто говорити про очевидну неоднорідність польської онлайн-комунікації, яка через неухважність або й свідомо порушує мовні правила, публікує вебсайти приватних осіб та установ, використовує різноманітні стилі спілкування, що важко назвати нейтральними, бо вони можуть інтерпретуватися з різних сторін. Дослідниця переконує, що «жива» мова інтернету потребує розвитку нових форм комунікації, нових текстових жанрів та нової ввічливої поведінки в соцмережах з урахуванням того, що інтернет не є простором офіційного спілкування, а віртуальний вимір реальності, в якому кожна людина комунікує за власними правилами і вподобаннями (Wierzbicka-Olejniczak). За словами А. Панек, комунікація в інтернеті відрізняється від традиційної міжособистісної комунікації, найбільшою пробле-

мою якої дослідниця називає відсутність граматики та ризики, пов'язані з візуальною культурою і зниженням ролі слів в інтернет-просторі (Panek, 2016). К. Гарвол стверджує, що віртуальний дискурс заповнив не лише польську розмовну мову, а й мову офіційних заяв, правильний синтаксис яких все частіше змінюється інтернет-сленгом, саме тому, вважає науковиця, досліджувати мову віртуального спілкування, що продукується через інтернет і текстові повідомлення, важливо з погляду лінгвістики та соціології (Garwol, 2014). М. Щепаняк вважає інтернет-мову такою ж категорією, як письмова та усна і наголошує, що онлайн спілкування створює нову масштабну якість, якої раніше не було (Szczerpaniak, 2020).

Що ж стосується вивчення взаємодії вербальних і невербальних засобів спілкування в соцмережах, то воно представлено низкою наукових розвідок О. Чайковська досліджує взаємодію мовних та позамовних засобів у текстах новин (Чайковська, 2020). О. Очеретна переконує, що сучасна комунікація є складним інтерактивним процесом, у якому вербальні та невербальні елементи емоційно підсилюють текстові повідомлення (Ocheretna, 2023). А. Загнітко та А. Троян вважають, що невербальні ресурси заповнюють ту прогалину у зв'язку з комунікантами, яку не можуть повністю закрити вербальні (Загнітко, Троян, 2024). Попри таку увагу до проблеми, системного аналізу специфіки вербальної та невербальної взаємодії в польській мові все ж не представлено, що ми й спробуємо виправити у межах запропонованої роботи.

Мета статті – визначити, як саме польська мова функціонує в інтернеті та наскільки успішним для неї є використання вербальних і невербальних засобів комунікації, що доповнюють її бажані смисли, емоційність та прагматику. Для цього ми визначимо, які вербально-невербальні засоби характерні для польськомовного онлайн-спілкування, а також їх специфіку, функціонал і комунікативні стратегії, що з їх допомогою реалізуються тощо.

Виклад основного матеріалу. Активно відстоюючи свою ідентичність, польські мовці з усіх сил прагнуть залишити свій унікальний слід у цифровому онлайн-дискурсі. Як переконує журналіст польського тижневика «Polityka» Б. Хацінський, багато неологізмів поляки намагаються

переінакшити на свій мовний ґрунт. Наприклад, у слові *podcast* використовують літеру «k», а не «c». таким чином утворився «полонізований» термін *podkast* тощо (Стемпневич, Рибалт). Та і загалом, спілкування в мережі – це унікальна можливість для кожної мови заявити про себе і вигідно себе репрезентувати. Завдяки соцмережам, наприклад, будь-хто може дізнатися, що найдовше польське слово *Konstantynopolitańszukowianeczka*. Воно має 32 літери і означає *мала мешканка Константинополя*. А найважче для написання – *gżegżółka*, що українською називається *зозулька* (Стемпневич, Рибалт).

Як ми уже говорили у вступі, інтернет-комунікація поєднує у собі мовні та позамовні елементи, тому польський онлайн-дискурс активізує усі можливі складові вербального і невербального спілкування. Нагадаємо, що вербальними мовними засобами прийнято вважати всі словесно виражені елементи, з-поміж яких виділимо властиві для інтернет-лінгвістики:

– **розмовну лексику та просторіччя**, до яких належать **зменишувально-пестливі форми**: *chwilka* / *хвилинка*, *koteczka* / *котик*, *buziaczek* / *поцілунок*, *słoneczko* / *сонечко*, які передають теплоту, іронію або дружнє ставлення; **розмовні скорочення та усічення**: *spono* (від *spono* / «окей»), *nara* (від *na razie* / «поки»), *siema* / *привіт*, *czesc* – *cześćka* / *привіт* – *привітик* – *привітульки*, *co tam?* – *ст?* / *що там?* / *як справи?* / *як ти?* – *як?*, *що?*, *як воно?* або *co tam u ciebie?* – *ctu?* / *як у тебе справи?* / *що в тебе нового?* – *як ти?*, *що нового?*; **орфографічні спрощення**, що імітують усне мовлення: *zamiast* – *zamiast* – *zamiast* – *zamiast*, *nie wiem* – *nw*, *zaraz wracam* – *zaraz wr*, *ok* – *okejka*. Представлені неформальні форми, скорочення, зменишувально-пестливі суфікси надають розмові неофіційного статусу і встановлюють довірливі стосунки між співрозмовниками;

– **англіцизми та гібридні форми**, які вимушено адаптуються до польської мови і стають рівноцінними учасниками її лексичного наповнення: *hejt* (від *hate*) – *хейт*, *ненависть*, *цькування*; *lajkować* / *lajk* (від *like*) – *лайкати* / *лайк*; *postować* / *post* (від *post*) – *постити* / *допис*; *scrollować* (від *scroll*) – *гортати*, *скролити*; *fejk* (від *fake*) – *фейк*, *підробка*; *influencer* – *інфлюенсер* / *блогер*, *content* – *контент*, *stream* – *стрім*, *трансляція*, *challenge* – *челендж* / *виклик*, *trend* – *тренд*, *feedback* – *зворотний зв'язок*, *фідбек*;

– **скорочення і аббревіатури**, що «економлять» мовні зусилля і прискорюють комунікацію: *nw* (*nie wiem*) – *не знаю*, *brb* (*be right back*, англ., *уживане і в польському чаті*) – *зараз повернуся*, *idk* (*I don't*

know) – *не знаю*, *lol* – *смішно* / *лол*, *thx* / *thanks* – *дякую*, *pls* / *plz* – *будь ласка*, *imo* (*in my opinion*) – *на мою думку*, *btw* (*by the way*) – *до речі*, *nwm* (*nie wiem, może*) – *не знаю, можливо*, *w8* (*wait*) – *почекай*. Сюди також входять **власне польські внутрішні чат-скорочення**: *spk* (*spono*) / *окей*, *нормально*, *pzdrr* (*pozdrawiam*) / *вітання*, з найкращими побажаннями, *cb* (*ciebie*) / *тебе*, *dzk* (*dzięki*) / *дякую*, *zar* (*zaraz*) / *зараз*, *jutro* – *jtr* / *завтра*. Усі вони дозволяють оптимізувати спілкування та інтегрують польську мову до міжнародної цифрової спільноти, що комунікує однаковими кодами;

– **графічні варіанти слів**, у яких свідомо порушені орфографічні норми та наявні інтонаційні, емоційні та стилістичні відтінки. На письмі вони виявляються через **подовження голосних і приголосних**: *taaaak* / *тааак*, *oooo* / *ну-у-у*, *jeeest* / *єєє*, *suuper* / *суууупер*; **свідоме спотворення написаного** з метою створення комічного ефекту: *hehehe*, *hahaha*, *xD* / *хе-хе*, *ха-ха*, *łaaaa* / *ooo*, *jejeje* / *xixi*; **великі регістри (capslock)**, що імітують «крик» або шквал емоцій: *CO TY ROBISZ?! / ЦО ТИ РОБИШ?!*, *NIEEE!* / *НІІІ!*, *OMG NIE MOGE!* / *Боже*, *я не можу*; звуконаслідувальні графічні форми на зразок *miau*, *hai*, *biu*, *teh*, *ufff* / *мяу*, *гав*, *буу*, *ех*, *уф*. Саме такі засоби є паралінгвальними маркерами, що активно використовуються в онлайн-комунікації;

– **хештеги та ключові слова** – використовуються для тематичної стилізації інформації. Наприклад, **повсякденне життя, лайфстайл**: *#codziennosc* (*буденність*), *#zyciecodzienne* (*повсякденне життя*), *#poranek* (*ранок*), *#relaks*; **політика, суспільство, новини**: *#wybory* (*вибори*), *#prawoclowieka* (*права людини*), *#aktualnosc* (*новини*); **робота, бізнес, продуктивність**: *#praca*, *#biznes*, *#homeoffice*.

Тепер розглянемо детальніше, які саме невербальні засоби та їхнє специфічне функціональне навантаження. Найголовніше, що роблять ці компоненти – компенсують відсутність безпосереднього контакту між співрозмовниками, під час якого звичною є зміна тембру голосу в розмові, міміка і жестикуляція, які показують настрій та емоції того, хто говорить. Отже, все це у мережевому спілкуванні замінюють:

– **емодзі**, завдання яких полягає у конкретизації емоційної складової мережевого діалогу. Ось кілька прикладів, що можуть підсилювати або пом'якшувати те чи інше висловлювання: 😊, 😞, 😏, ❤️ (4). Зазначимо, що усі пристрої *iOS*, *Android 4.4+* та *Windows 8.1+* мають вмонтовану функцію «смайликового» відображення. Ці кумедні фігурки розділені на 8 категорій, а їх загальна

чисельність становить 1800. Виробники технологічних інновацій, розуміючи важливість якісного спілкування в соцмережах, навіть передбачили, що якщо старіші версії електронних приладів не підтримують деякі графічні малюнки, то операційна система автоматично змінює їх на альтернативні зображення.

– **Стікери та гіф-анімації** – передають емоції, іронію, сарказм або реакції на повідомлення. Популярними є досить типові для усіх мов, а не лише польської, *написи на стікерах / у GIF: Kocham! / Люблю!, Super!, Mega!, O nie..., Serio? / Серйозно?, Jestem w szoku / Я в шоці.* Самі GIF-и можуть описувати сцени, де зображені аплодисменти і це буде демонстрація схвалення; «закочені» очі – іронія або роздратування; пара, що танцює – радість чи святкування; реакції під час повсякденного спілкування: Dzień dobry! – сонечко, ☀, Dobranoc! – місяць 🌙.

– **Мемі** – кумедні зображення чи карикатури, текст яких має культурно-специфічний характер (Рис. 1):



Рис. 1. Мемі

Джерело: (Польські мемі).

– **Графічні засоби оформлення тексту** – великі літери, повтор знаків оклику чи знаків питань, довгі пробіли, що вказують на напруженість розмови або вагання / роздуми співрозмовника.

Як бачимо, невербальне спілкування на просторах інтернету є не менш затребуваним і дієвим, ніж вербальне. А коли вони гармонійно поєднуються під час комунікації, то утворюють важливу та колоритну семіотичну систему, наповнену зображеннями, звуками і словами, здатну дуже точно відтворювати інтенції, прагматії та емоції реципієнтів цифрового дискурсу онлайн. Що ж стосується функцій кожного окремо взятого елемента, то вважаємо, найкраще представити їх допоможе сконструйована нами таблиця:

З огляду на викладене, можемо говорити про, так би мовити, вербально-невербальні елементи у польськомовному онлайн-спілкуванні, що демонструють мультимодальний тип комунікації, яка дає

зможу інтернет-користувачу інтерпретувати повідомлення, використовуючи одночасно декілька каналів передачі інформації.

Окремої уваги заслуговує також характеристика самої взаємодії вербальних і невербальних компонентів розмови, адже вона:

- **впливає на** модальність висловлення;
- **створює або усуває** амбівалентність (коли одночасно співіснують протилежні почуття, думки, бажання чи ставлення);
- **регулює** прагматичну інтерпретацію (розуміння комунікативного наміру співрозмовника);
- **визначає** ступінь емоційної залученості адресата;
- окреслює культурну зумовленість інтерпретації.

Звідси випливає, що взаємодія вербальних і невербальних елементів може суттєво трансформувати комунікацію, адже закладені в ній авторські смисли будуються на перетині різних знакових систем. Саме тому стає очевидним, що існують окремі комунікативні стратегії, орієнтація яких направлена на швидке, а згодом найважливіше – емоційно насичене і культурно марковане сприйняття інформації. Розглянемо їх детальніше:

- стратегія емоційного залучення адресата, коли експресивна лексика, а ще візуальні реакції, графіка, мемі, емодзі створюють враження, що адресат розмови перебуває з вами дуже близько, ви бачите, як він вам співпереживає і навіть можете поділитися з ним усім у неформальній обстановці;
- стратегія інтенсифікації смислу, яка реалізується тоді, коли візуальні компоненти уточнюють або посилюють зміст вербального тексту через стікери, мемі й міні-зображення;

– стратегія іронізації та дистанціювання, яку часто застосовують поляки, коли створюють такі повідомлення, в яких зміст і його візуалізація кардинально відрізняються. Такий спосіб дозволяє відмежуватися від сказаного та, граючись, уникати конфліктів;

– стратегія імпліцитної оцінки, коли у розмові неможливо відразу зрозуміти позицію комуніканта, але використовувані ним візуальні маркери чітко окреслюють його позитивне або негативне ставлення;

– стратегія групової ідентифікації, суть якої полягає в тому, що носії однієї культури однаково точно маркують і розуміють мемі, візуальні шаблони, сленг та символи, притаманні специфічним ідентичностям, групам і спільнотам;

– стратегія економії мовних засобів, головним девізом якої є швидка і лаконічна комунікація, що її можна успішно реалізувати через короткі фрази і візуальні елементи (мемі / гіфку тощо).

Функціональна типологія вербальних і невербальних засобів у польськомовному онлайн-дискурсі

Функція	Сутність функції	Вербальні засоби	Невербальні засоби	Приклад / пояснення
Емоційно-експресивна	Виражає емоційний стан мовця, конкретизує або підсилює зміст повідомлення, знімає семантичну невизначеність	Оцінні прикметники (<i>światny, okropny</i>), вигуки (<i>wow, ojej</i>), емоційно марковані конструкції, повтори	Емодзі, GIF, стікери	<i>No świetnie</i> + 😄 = щира радість; <i>No świetnie</i> + 😏 = іронія
Прагматична	Реалізує комунікативні наміри мовця: прохання, сарказм, осуд, підтримку, солідарність тощо	Імперативи, модальні дієслова, риторичні запитання, формули ввічливості (<i>proszę, może, czy mógłbyś</i>)	Меми, GIF, капслок, емодзі, повтори літер, розриви рядків	<i>Zrób to NATYCHMIAST</i> → капслок як маркер напруження; <i>Zrób to, proszę</i> 😊 → пом'якшення
Дискурсивна	Структурує повідомлення, організовує комунікацію, полегшує сприйняття інформації	Дискурсивні маркери (<i>po pierwsze, potem, więc</i>), абзаци, пунктуація	Емодзі-маркери, хештеги, графічні символи, форматування	Емодзі 🏠 або 💎 можуть позначати перехід між частинами тексту; хештеги групують теми
Культурно-ідентифікаційна	Сигналізує належність мовця до певної культурної спільноти, покоління або субкультури; формує ефект «свого» дискурсу	Сленг, інтертекстуальні алюзії, цитати з фільмів/серіалів, локальні мемні фрази	Мем-шаблони, впізнавані GIF, візуальні культурні коди	Використання польських мемів або локальних жартів створює ефект «для своїх», зрозумілий лише певній групі
Компенсаторна	Компенсує відсутність жестів, міміки та інтонації в онлайн-спілкуванні; зменшує ризик непорозуміння і сприяє емоційному контакту	Пояснювальні вставки (<i>żartuje, serio, bez ironii</i>), емоційні ремарки	Емодзі, GIF, стікери, реакції	Емодзі 😏 або 😊 сигналізують жарт, запобігаючи хибній інтерпретації висловлення

Джерело: сформовано автором.

Висновки. Як показали результати дослідження, функціонування польської мови в інтернет-просторі позначене нерозривною взаємодією вербальних і невербальних засобів комунікації, за допомогою яких польськомовний онлайн-дискурс став мультимодальним. Невербальні засоби спілкування в польськомовному інтернет-дискурсі переважно представлені візуальними елементами – емодзі, мемами, гіф-анімаціями, форматуванням і графічними маркерами – та функціонують

в мережових текстах для максимально адекватної інтерпретації їх, а у взаємодії з вербальними елементами трансформують механізми традиційного сприйняття інформації та націлюють адресата розмови на довірливий тон, створюючи атмосферу присутності та доброзичливості в різних комунікативних стратегіях. Фактично є підстави говорити про формування в інтернет-комунікації гібридного елемента – вербально-невербальних засобів комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Загнітко А., Троян А. Особливості сучасного електронного спілкування : вербальні та невербальні ресурси. *Слобожанський науковий вісник. Серія : Філологія*. 2024. Вип. 5. С. 23–27. DOI: <https://doi.org/10.32782/philspu/2024.5.4>.
2. Нечипоренко В., Паславська І. Синергія вербальних і невербальних актуалізаторів американських соціокультурних цінностей у масмедійних текстах. *Наукові записки. Серія : Філологічні науки*. 2024. Вип. 1 (208). С. 259–265. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2024-208-36>.
3. Польські меми. *Польські слова та фрази*: веб-сайт. URL: <https://instagram.com/polski.tu?igshid=YmMyMTA2M2Y=> (дата звернення: 15.01.2026).
4. Список Еможі. *Рідні символи Еможі в MO і Android – PiliApp* : веб-сайт. URL: <https://uk.piliapp.com/emoji/list/> (дата звернення: 15.01.2026).

5. Стемпневич Я., Рибалт А. Польська мова майбутнього. *Українська Служба Польська мова без кордонів* : веб-сайт. 13.12.2020. URL: <https://www.polskieradio.pl/398/8227/artukul/2637543,%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0-%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0-%D0%BC%D0%B0%D0%B9%D0%B1%D1%83%D1%82%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D0%B3%D0%BE> (дата звернення: 16.01.2026).
6. Чайковська О. Взаємодія вербальних, невербальних та паравербальних засобів текстів телевізійних новин. *Молодий вчений*. 2020. № 5 (81). С. 479–481. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-5-81-98>.
7. Garwol K. Język Internetu i SMS-a zagrożeniem dla stylistyki języka polskiego. *Edukacja–Technika–Informatyka*. 2014. Vol. 10(2). P. 322–327. URL: <https://journals.ur.edu.pl/jetacomps/article/view/6612/8295> (data dostępu: 16.01.2026).
8. Ocheretna O. The interaction of verbal and non-verbal components in modern english internet discourse. *Львівський філологічний часопис*. 2023. № 13. С. 142–146. DOI <https://doi.org/10.32447/2663-340X-2023-13.21>.
9. Panek A. Język w przestrzeni internetu. *Social space journal*. 2016. Vol. 1. P. 1–25. URL: <https://socialspacejournal.eu/11%20numer/Panek%20-%20J%20C4%99zyk%20w%20przestrzeni%20internetu.pdf> (data dostępu: 15.01.2026).
10. Szczepaniak M. Język internetu a język pisany, mówiony, zapisany język a Media. *Perspektywy i zagrożenia języka we współczesnych mediach* / pod redakcją E. Horyń, B. Skowronka, A. Waleckiej-Rynduch. Kraków, 2020. P. 119–127. URL: https://www.researchgate.net/publication/370300924_Jezyk_internetu_a_jezyk_pisany_mowiony_zapisany (data dostępu: 15.01.2026).
11. Wierzbicka-Olejniczak A. Komunikacja językowa i grzeczność w Internecie. *Komunikowanie publiczne. Zagadnienia wybrane* / pod redakcją B. Kudra, E. Olejniczak. Łódź, 2014. P. 123–156. URL: https://ebookpoint.pl/pobierz-fragment/komunikowanie-publiczne-zagadnienia-wybrane-barbara-kudra-elwira-olejniczak_e_0e1y/pdf (data dostępu: 15.01.2026).

REFERENCES

1. Zahnitko A., Troian A. (2024) Osoblyvosti suchasnoho elektronnoho spilkuvannia : verbalni ta neverbalni resursy. [Features of modern electronic communication : verbal and non-verbal resources] *Slobozhanskyi naukovyi visnyk*. Seriiia : Filolohiia, 5, 23-27. DOI: <https://doi.org/10.32782/philspu/2024.5.4>. [in Ukrainian].
2. Nechyporenko V., Paslavska I. (2024) Synerhiia verbalnykh i neverbalnykh aktualizatoriv amerykanskykh sotsiokulturnykh tsinnosti u masmediinykh tekstakh. [Synergy of verbal and nonverbal actualizer of American sociocultural values in massmedia texts] *Naukovi zapysky*. Seriiia : Filolohichni nauky, 1(208). 259-265. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2024-208-36>. [in Ukrainian].
3. Polski memy [Polish memes]. (n.d) Polski slova ta frazy : veb-sait. URL: <https://instagram.com/polski.tu?igshid=YmMyMTA2M2Y=>. [in Ukrainian].
4. Spysok Emoji [Emoji List] (n.d). Ridni symvoly Emoji v MO i Android – PiliApp : veb-sait. URL: <https://uk.piliapp.com/emoji/list/>. [in Ukrainian].
5. Stempnievych Ya., Rybalt A. (2020) Polska mova maibutnoho [Polish language of the future]. *Ukrainska Sluzhba Polska mova bez kordoniv* : veb-sait. URL: <https://www.polskieradio.pl/398/8227/artukul/2637543,%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0-%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0-%D0%BC%D0%B0%D0%B9%D0%B1%D1%83%D1%82%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D0%B3%D0%BE>. [in Ukrainian].
6. Chaikovska O. (2020) Vzaiemodiia verbalnykh, neverbalnykh ta paraverbalnykh zasobiv tekstiv televiziinykh novyn. [Interaction of verbal, nonverbal and paraverbal means of television newstexts] *Molodyi vchenyi*, 5 (81). 479-481. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-5-81-98>. [in Ukrainian].
7. Garwol K. (2014) Język Internetu i SMS-a zagrożeniem dla stylistyki języka polskiego. [The language of the Internet and text messages as a threat to the stylistic design of the Polish language] *Edukacja–Technika–Informatyka*, 10 (2). 322-327. URL: <https://journals.ur.edu.pl/jetacomps/article/view/6612/8295>. [In Polish].
8. Ocheretna O. (2023) The interaction of verbal and non-verbal components in modern english internet discourse. *Lvivskyi filolohichniy chasopys*, 13. 142-146. DOI <https://doi.org/10.32447/2663-340X-2023-13.21>.
9. Panek A. (2016) Język w przestrzeni internetu. [Language in the Internet space] *Social space journal*, 1. 1-25. URL: <https://socialspacejournal.eu/11%20numer/Panek%20-%20J%20C4%99zyk%20w%20przestrzeni%20internetu.pdf>. [In Polish].
10. Szczepaniak M. (2020) Język internetu a język pisany, mówiony, zapisany. język a Media. [Internet language and written, spoken, and recorded language. Language and the media] *Perspektywy i zagrożenia języka we współczesnych mediach* / pod redakcją E. Horyń, B. Skowronka, A. Waleckiej-Rynduch. Kraków, 119-127. URL: https://www.researchgate.net/publication/370300924_Jezyk_internetu_a_jezyk_pisany_mowiony_zapisany. [In Polish].
11. Wierzbicka-Olejniczak A. (2014) Komunikacja językowa i grzeczność w Internecie. [Linguistic communication and politeness on the internet] *Komunikowanie publiczne. Zagadnienia wybrane* / pod redakcją B. Kudra, E. Olejniczak. Łódź, 123-156. URL: https://ebookpoint.pl/pobierz-fragment/komunikowanie-publiczne-zagadnienia-wybrane-barbara-kudra-elwira-olejniczak_e_0e1y/pdf. [In Polish].

Дата першого надходження статті до видання: 23.01.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.02.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 27.03.2026

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

