МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА РОМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ПЕРЕКЛАДУ

Кваліфікаційна робота
магістра

на тему **СОЦІОЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФРАНКОМОВНОГО МОЛОДІЖНОГО МОВЛЕННЯ**

Виконала: студентка 2 курсу,
групи 8.0354-ф
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.055 Романські мови
та літератури (переклад включно),
перша – французька
освітньо-професійної програми
Сучасні лінгвістичні і перекладознавчі студії (французька мова, англійська мова)
Драна Уляна Віталіївна

Керівник к.ф.н., доц. Тарасюк І.В.

Рецензент к.ф.н., доц. Стуліна Є.В.

Запоріжжя – 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології_____
Кафедра романської філології і перекладу_____
Освітній рівень магістр_____
Спеціальність 035 Філологія_____
Спеціалізація 035.055 Романські мови та літератури (переклад включно), перша – французька_____
Освітньо-професійна програма Сучасні лінгвістичні і перекладознавчі студії (французька мова, англійська мова)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри _____
_____
«____»_____ 2025 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА
_____ДРАНІЙ УЛЯНІ ВІТАЛІЇВНІ_____

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проєкту) «Соціолінгвістичні особливості франкомовного молодіжного мовлення»_
Керівник кваліфікаційної роботи (проєкту)___Тарасюк Інна Василівна, к.ф.н., доцент_____
затверджені наказом ЗНУ від «20» березня 2025 року № 425-с

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проєкту)_08.12.2025_____

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проєкту) теоретичні засади поняття “соціолінгвістика”, “молодіжне мовлення”; особливості інтернет-дискурсу та його жанрова класифікація; франкомовні публікації у соцмережах Reddit, Threads, Instagram, TikTok._

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
1) здійснити огляд теоретичних джерел; 2) визначити соціальні чинники, що впливають на мовні особливості молоді; 3) проаналізувати типові лексичні та стилістичні особливості молодіжного сленгу; 4) дослідити роль цифрових комунікацій (соцмереж, месенджерів) у розвитку молодіжного мовлення; 5) дослідити друковані пости на форумах, у блогах, а також відео-блоги французькою мовою; 6) виявити приклади кодування, змішування мов та мовної креативності у спілкуванні молоді.

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проєкту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Тарасюк І. В. к.ф.н., доц.	20.03.2025	20.03.2025
Розділ 1	Тарасюк І. В. к.ф.н., доц.	30.04.2025	30.04.2025
Розділ 2	Тарасюк І. В. к.ф.н., доц.	19.06.2025	19.06.2025
Розділ 3	Тарасюк І. В. к.ф.н., доц.	03.09.2025	03.09.2025
Висновки	Тарасюк І. В. к.ф.н., доц.	15.10.2025	15.10.2025

6. Дата видачі завдання_20.03.2025_____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проєкту)	Примітка
1.	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх аналіз	березень-квітень 2025	виконано
2.	Добір фактичного матеріалу	квітень-травень 2025	виконано
3.	Написання вступу	квітень 2025	виконано
4.	Написання теоретичного розділу	травень-червень 2025	виконано
5.	Написання практичного розділу	вересень 2025	виконано
6.	Формулювання висновків	жовтень 2025	виконано
7.	Проходження нормоконтролю	листопад 2025	виконано
8.	Одержання відгуку та рецензії	грудень 2025	виконано
9.	Захист	грудень 2025	виконано

Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)

Магістрант _____ __У.В. Драна___
(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи _____ __І.В. Тарасюк__
(підпис) (ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ __І.В. Тарасюк__
(підпис) (ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 88 стор., 62 джерела, 6 додатків

Об'єкт дослідження: франкомовне молодіжне мовлення як соціолінгвістичне явище.

Мета роботи: проаналізувати соціолінгвістичні характеристики франкомовного молодіжного мовлення та виявити чинники, що впливають на його формування та розвиток.

Теоретико-методологічні засади: ключові положення соціолінгвістики, розроблені В. Лабовим, Д. Гаймсом, П. Екерт, С. Чешір, Л.-Ж. Калве, Б.Пі та ін.; визначення поняття «покоління», «молодь», «молодіжне мовлення»; порівняльний аналіз молодіжного мовлення у різних соціальних та вікових групах; метод контент-аналізу мовлення молоді у соц. мережах, блогах, відео.

Отримані результати: «молодь» у сучасній науці розглядається як перехідна соціально-демографічна група між дитинством і дорослістю (приблизно 17–30 років), що характеризується формуванням ідентичності та активною соціальною участю. Інтернет-дискурс вирізняється віртуальністю, дистанційністю та технічною опосередкованістю, поєднуючи риси різних типів комунікації та форм подання інформації. У франкомовному молодіжному мовленні переважають арго, верлан, англіцизми, іншомовні запозичення, жаргон, абревіатури та апокопи. Мовні особливості виконують функцію соціальних маркерів — віку, професії, культурної відкритості, політичної позиції та середовища мовця. Текстові повідомлення спрощуються задля економії мовних засобів і наближаються до розмовного стилю через емоційні засоби вираження. Відеоблоги демонструють найбільшу емоційну експресивність і стратегічність мовлення, а вибір форм комунікації залежить від віку та сфери діяльності мовців.

***Ключові слова**: соціолінгвістика, молодь, молодіжне мовлення, інтернет-дискурс, франкомовне мовлення, верлан, англіцизми, арго*

ЗМІСТ

ВСТУП.....4

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІОЛІНГВІСТИКИ ТА ЇЇ МЕТОДІВ.....8

1.1 Сучасні соціолінгвістичні дослідження: підходи, методи та методологічний інструментарій…….....8

1.2 Соціальна роль індивіда та її вплив на мовлення і мовну поведінку…….....17

РОЗДІЛ 2 СУЧАСНИЙ СТАН ФРАНКОМОВНОГО МОЛОДІЖНОГО МОВЛЕННЯ….....21

2.1 Молодіжне мовлення як об’єкт соціолінгвістичного аналізу.....21

2.2 Комунікативні та жанрові характеристики інтернет-дискурсу.....27

2.3 Особливості молодіжного мовлення в інтернет-дискурсі……....31

РОЗДІЛ 3 ЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ФРАНКОМОВНОГО МОЛОДІЖНОГО МОВЛЕННЯ.....49

3.1 Особливості мовлення користувачів 17-20 років і 21-25 років (школярі, студенти, блогери) 56

3.2 Особливості мовлення користувачів 26–30 років (інфлюенсери, працівники різних сфер, особи без офіційного працевлаштування).....63

ВИСНОВКИ.....72

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....78

ДОДАТОК А……..83

ДОДАТОК Б……..84

ДОДАТОК В……..85

ДОДАТОК Г……..86

ДОДАТОК Д……..87

ДОДАТОК Е …….88

ВСТУП

У сучасному глобалізованому світі мова є не лише засобом комунікації, але й важливим елементом ідентичності, соціального статусу, приналежності до тої чи іншої субкультури або етносу, також серед молоді. Молодіжне мовлення – це динамічне, гнучке явище, яке постійно змінюється під впливом соціальних, культурних та технологічних факторів. У франкомовному середовищі молодіжне мовлення відображає складні процеси мультикультурності, діджіталізації, урбанізації та соціальної взаємодії в соціальних мережах.

Актуальність вивчення соціолінгвістичних особливостей франкомовного молодіжного мовлення зумовлена не лише його поширенням, а й значним впливом на загальний розвиток французької мови. Молодь активно створює нові лексичні одиниці, змінює значення слів, комбінує мову з іншими мовними кодами (англійською, арабською тощо), що вимагає детального наукового аналізу. Це дослідження дозволяє краще зрозуміти соціальні ролі, самоідентифікацію та комунікативні практики молодого покоління у франкомовних країнах, а також простежити загальні тенденції мовної еволюції.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному аналізі соціолінгвістичних характеристик франкомовного молодіжного мовлення на основі автентичного матеріалу XXI століття (соціальні мережі, відео-блоги, подкасти тощо). У роботі розкрито взаємозв’язок між соціальними факторами (вік, стать, соціальне походження, етнічне середовище) та мовними інноваціями. Особлива увага приділена вивченню жаргонізмів, вульгаризмів, англіцизмів, а також явищ кодування та перемикання кодів у молодіжному спілкуванні.

Об'єктом дослідження є франкомовне молодіжне мовлення як соціолінгвістичне явище.

Предметом дослідження є лексичні, стилістичні та комунікативні особливості франкомовного молодіжного мовлення в контексті соціальних факторів (вік, соціальне середовище, вплив медіа тощо).

Мета дослідження: проаналізувати соціолінгвістичні характеристики франкомовного молодіжного мовлення та визначити чинники, що впливають на його формування та розвиток.

Для досягнення мети дослідження були поставлені наступні завдання:

1. Надати визначення соціолінгвістиці як окремої галузі мовознавства.

2. Охарактеризувати поняття “молодь” та “молоде покоління”.

2. Описати загальні риси франкомовного молодіжного мовлення.

3. Визначити соціальні чинники, що впливають на мовні особливості молоді.

4. Проаналізувати типові лексичні та стилістичні особливості молодіжного сленгу.

5. Дослідити роль цифрових комунікацій (соцмереж, месенджерів) у формуванні та розвитку молодіжного мовлення.

6. Виявити приклади кодування, змішування мов та мовної креативності у спілкуванні молоді.

Фактичним матеріалом дослідження стали друковані пости на форумах та в блогах, а також відеоблоги французькою мовою, доступні у відкритому Інтернет-просторі. Вибірка складається зі 100 користувачів соціальних мереж Reddit, Threads, TikTok та Instagram.

Методи дослідження:

1) описовий метод – для характеристики мовних одиниць та явищ;

2) порівняльний аналіз – для зіставлення особливостей молодіжного мовлення у різних соціальних та вікових групах;

3) метод контент-аналізу – для вивчення мовлення молоді у соціальних мережах, блогах, відео;

4) соціолінгвістичне спостереження – для фіксації мовленнєвої поведінки в реальному середовищі.

Практичне значення: матеріали дослідженн можуть бути використані у теоретичних курсах, таких як «Актуальні проблеми сучасної філології» та «Регіональне варіювання мови»; на практичних заняттях з французької мови для розуміння живої неформальної мови молоді; при укладанні навчальних посібників, розмовників та словників неформального мовлення; у підготовці фахівців із міжкультурної комунікації, соціолінгвістики та перекладу; як база для подальших порівняльних досліджень молодіжного мовлення.

Робота пройшла **апробацію** на IV Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Різдвяні студентські наукові читання» 12 грудня 2025. Результати дослідження представлено у 1 публікації у фаховому виданні:

Драна У.В., Тарасюк І.В. Соціолінгвістичні особливості франкомовного молодіжного мовлення. *Вісник науки та освіти. Серія «Філологія».* №11. 2025. С._-_.

Структура роботи. дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків, додатку та списку використаної літератури.

У вступі подано загальні відомості про дану наукову працю, починаючи від умотивування теми, мети, завдань, актуальності дослідження, визначення об’єкту, предмету та структурування роботи.

У першому розділі подаються загальні відомості про соціолінгвістику як науку, особлива увага приділяється визначенню поняття «мовна норма», «соціальна роль», розглянуто праці відомих науковців та складено визначення соціолінгвістики як галузі мовознавства.

Другий розділ містить аналіз наукових праць задля визначення поняття «молодь» та його вікових меж, а також понять «молодіжне мовлення», «інтернет-дискурс» та його жанрову специфіку, та виокремлення особливостей

франкомовного молодіжного мовлення у інтернет-дискурсі відповідно до наукових досліджень

У третьому розділі подано практичну частину роботи, де відібрано загальну вибірку з публікацій молоді у таких соцмережах, як Reddit, Threads, Instagram, TikTok, розподілено авторів публікацій за трьома віковими групами та їхньою соціальною роллю, вивчено приклади спілкування молоді у інтернет-дискурсі, визначено особливості молодіжного мовлення.

У висновках подано узагальнені результати проведеної роботи. Додатки містять добірку із 6 фото публікацій, які стали фактичним матеріалом дослідження.

Загальна кількість сторінок 88, кількість використаних джерел 62.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІОЛІНГВІСТИКИ ТА ЇЇ МЕТОДІВ

1.1 Сучасні соціолінгвістичні дослідження: підходи, методи та методологічний інструментарій

Соціологічний напрям у мовознавстві сформувався на межі XIX–XX ст. як реакція на натуралістичну концепцію А. Шлейхера та індивідуалістичний психологізм молодограматиків, а також у протиставленні естетичному ідеалізму К. Фосслера і Л. Шпітцера, що зосереджувався на індивідуальній творчості мовця. На відміну від цих підходів, соціологічна школа виходила з визначальної ролі соціального колективу в розвитку мови. Вона спиралася на методологічно різнорідні ідеї філософії Просвітництва, психологічного напряму мовознавства та позитивізму, зосереджуючи свої завдання на дослідженні соціальної природи мови, її комунікативної функції та взаємозв'язку мови й суспільства.

Витоки наукових досліджень, у яких мова розглядалася у взаємозв'язку із соціальними явищами, слід шукати в європейській традиції, передусім у Франції – батьківщині соціології. Наприкінці XIX ст. тут сформувалася соціологічна школа в мовознавстві, що поєднувала методи лінгвістики, соціології й психології. Її засновником був Антуан Мейє [Загнітко, Кудрейко 2009, с. 16-20]. Саме французька школа зробила вагомий внесок у виявлення ролі соціальних чинників у розвитку мови, виходячи з положення про те, що мова існує й змінюється під впливом способу життя мовної спільноти. У працях А. Мейє вперше було порушено питання про взаємозв'язок соціальної структури зі структурою мови та про соціальну зумовленість мовних змін. Дослідження мови як соціального феномена в цей час тісно пов'язувалося з

розвитком діалектології та лінгвістичної географії у Франції. Подальший розвиток соціолінгвістики, що активно залучала соціальний вимір до аналізу мовних явищ, дав змогу глибше зрозуміти природу мови, умови її функціонування та динаміку, відкривши новий погляд на мову як суспільне явище [Загнітко, Кудрейко 2009, с. 20-25].

Термін «соціолінгвістика» є одним з найбільш уживаних у сучасній науці. Уперше його зафіксовано в працях американського дослідника Х. Каррі, який застосував його для позначення напряму, що розглядає мову як суспільне явище [Currie 1952, p. 28–37]. Хоч сам підхід існував і раніше, саме цей термін отримав подальше поширення в науковому середовищі. У сучасному мовознавстві найпоширенішими є поняття «соціальна лінгвістика» та «соціолінгвістика», хоча інші терміни також трапляються, зазвичай із відмінним змістовим наповненням. Остаточно ці назви закріпилися в лінгвістичній науці наприкінці 1960-х років, коли соціолінгвістика сформувалась як окрема дисципліна.

Соціолінгвістика як окрема наука привернула увагу таких провідних вчених, як Вільям Лабов (William Labov), Базіл Бернстайн (Basil Bernstein), Делл Гаймс (Dell Hymes), П’єр Бурдьє (Pierre Bourdieu), а також сучасних дослідників таких як Пенелопа Екерт (Penelope Eckert), Міріам Майєргофф (Miriam Meyerhoff), Дженні Чешір (Jenny Cheshir), Луї-Жан Калве (Louis-Jean Calvet).

Компонент «соціо» у терміні «соціолінгвістика» може означати потребу теоретичного осмислення зв’язку між мовою і суспільством, розуміння ролі мови в соціальних відносинах, взаємозалежності, мови як соціальної практики тощо.

Слід зазначити радикальну позицію Еміля Бенвеніста щодо мови й суспільства: «*…la langue est l’interprétant de la société; la société devient signifiante dans et par la langue, la société est l’interprété par excellence de la langue*» [Benveniste 1974, p. 99] – «Мова є інтерпретантом суспільства;

суспільство набуває значущості в мові й через мову; суспільство є найвищим інтерпретованим об’єктом мови» (тут і далі переклад наш – У.Д.). Він стверджував, що не суспільство містить мову, а мова – суспільство. Мова – це основа, що об'єднує людей і формує суспільні зв’язки.

Цей семіологічний підхід важливий тим, що розглядає мову не як зовнішню форму думок чи вірувань, а як фундамент самого соціального порядку. Проте, він відокремлює мову від соціального контексту, тоді як соціолінгвістика навпаки – прагне дослідити їхню взаємодію та взаємозалежність.

Задля кращого розуміння терміну «соціолінвістика», звернемось до відчизняних та закордонних вчених, які розглядали дане питання. Вільям Лабов визначає соціолінгвістику як вивчення зв’язку між мовною варіацією та соціальною структурою, беручи в центр уваги те, як соціальні фактори (клас, вік, стать, етнічність) впливають на мовні зміни [Boutet, Heller 2007, p. 305-318]. За Деллом Гаймсом, соціолінгвістика – це наука про те, як мова функціонує в суспільстві, і як мовлення пов’язане з соціальною поведінкою [Hymes 1974, p. 7]. Він стверджує, що соціолінгвістику можна визначити як галузь, що поєднує двосторонній рух знань: з одного боку, вона залучає лінгвістичні дані для аналізу соціальних процесів, а з іншого – використовує соціальні підходи та факти для пояснення мовних явищ. У ширшому розумінні цей термін охоплює дослідження взаємної кореляції між мовою та суспільством, а також між конкретними соціальними й лінгвістичними характеристиками [Hymes 1974, p. 8-10]. За визначенням Пенелопи Екерт, соціолінгвістика – це наука про те, як мова використовується для створення і вираження соціальної ідентичності [Eckert 2000, p. 1].

Значний внесок у вивчення цього питання зробили українські вчені, такі як О.С. Мельничук, В.М. Русанівський, Ю.О. Жлуктенко та ін. О.С. Мельничук у своїх працях приділяв велику увагу проблемам мовної норми, варіативності

мови, взаємозв'язку мови та суспільства; одним із перших в Україні теоретично обґрунтував важливість вивчення соціальних функцій мови. Його науковий підхід сприяв становленню соціолінгвістики як самостійного напряму в українському мовознавстві [Мельничук 1997, с. 3-19]. В.М. Русанівський вивчав мовну ситуацію в Україні, мовну політику, мовне планування, мовні контакти, досліджував проблеми білінгвізму, мовної інтеграції та диференціації. Його праці мають велике значення для розуміння функціонування української мови у багатонаціональному середовищі [Русанівський 1989, с. 3-10].

Щоб зрозуміти специфіку соціолінгвістичного підходу до мови та відмінність цієї дисципліни від «чистої» лінгвістики, необхідно розглянути витоки соціолінгвістики, визначити її статус серед інших лінгвістичних наук, її об'єкт, основні поняття, методи дослідження, а також найтиповіші проблеми, що становлять сферу її компетенції, і напрями розвитку, які сформувалися наприкінці XX ст.

Соціолінгвістика – це міждисциплінарна наука на перетині мовознавства, соціології, соціальної психології та етнографії, що досліджує суспільну природу мови та взаємодію мови й соціуму. Вона вивчає вплив соціальних чинників на мовну варіацію, виникнення та розвиток мовних форм, а також роль мови в житті суспільства й окремої особи [Масенко 2010, с. 7]. Соціолінгвістика аналізує соціальні функції мови, механізми її соціальної та функціональної диференціації, а також взаємозв'язок між мовою та соціальною поведінкою. Особливу увагу вона приділяє тому, як мовлення відображає й формує соціальну ідентичність та як лінгвістичні практики взаємодіють із соціальними структурами й процесами. У центрі соціолінгвістики – виявлення кореляцій між мовною варіацією та соціальною організацією суспільства, а також дослідження того, як мова функціонує в повсякденному житті й комунікативних практиках різних соціальних груп [Масенко 2010, с. 8].

Р. Якобсон зазначав, що ретельний і точний науковий опис будь-якої мови неможливий без урахування граматичних і лексичних правил, пов'язаних із наявністю чи відсутністю розбіжностей між співрозмовниками з погляду їхнього соціального статусу, статі або віку; водночас визначення місця таких правил у загальному описі мови становить складну лінгвістичну проблему [Jakobson 2013, p. 265-304]. На відміну від породжувальної лінгвістики, представленої, наприклад, у працях Н. Хомського, соціолінгвістика досліджує не «ідеального» носія мови, який продукує лише правильні висловлювання, а реальних людей, чиє мовлення може відхилятися від норм, порушувати їх, поєднувати різні стилі та містити помилки.

Важливо зрозуміти, чим пояснюються всі подібні особливості реального використання мови. Інакше кажучи, при соціолігвістичному підході до мови об'єктом вивчення є функціонування мови; її внутрішня структура приймається як певна даність і спеціальному дослідженню не підлягає (за винятком випадків, коли соціальне укорінюється в тканину мови і є компонентом будови мовних одиниць).

Отже, об'єктом соціолінгвістики є мова в процесі її функціонування. Оскільки мова завжди функціонує в суспільстві з певною соціальною структурою, соціолінгвістику можна розглядати як науку, що досліджує мову в соціальному контексті. Предметом її вивчення є взаємозв'язок мови та суспільства [Красовська, Сухомлинов, Сигеда 2020, с. 18].

У своїй праці «Advances in the Sociology of Language» (1972) Д. Фішман [Gernez 2015, p. 123–130] висловив низку ідей, багато з яких стали основою для формування цілих напрямів соціолінгвістики. Згідно з Д. Фішманом, у соціології мови можна вирізнити три частини:

1) описову соціолінгвістику, яка вивчає прийняту в певній мовній спільноті форму соціальної організації використання мови, тобто вона відповідає на запитання: «Хто говорить, якою мовою, з ким, коли і з якою

метою?», досліджує норми мовного вживання, мету вибору варіантів мови, диглосію, теорію кодів залежно від різних соціальних детермінант;

2) динамічну соціологію мови, яка відповідає на запитання: «Що викликає значущі зміни в соціальній організації мовного функціонування і мовної поведінки?», вивчає неоднорідність мовної системи з огляду на соціальні параметри, а також зв'язок мовних змін із соціальними умовами;

3) прикладну соціологію мови, пов'язану з мовним плануванням і мовними конфліктами [Gernez 2015, p. 130−137].

Увесь комплекс соціолінгвістичних проблем у загальному вигляді можна звести до таких питань:

– як соціальний чинник впливає на функціонування мов?

– як він відображається в мовній структурі?

– як мови взаємодіють? [Войцева, Новак, Яковлєва 2022, с.58-61]

Головними векторами досліджень соціолінгвістики залишаються проблеми мовного колективу, суспільних функцій мови, форм її існування в соціумі, норми, соціальної диференціації мов залежно від різноманітності соціальних прошарків (стратифікаційна) і соціальних ситуацій (ситуативна), двомовності, полілінгвізму, мовної ситуації, мовної політики та ін. [Войцева, Новак, Яковлєва 2022, с.58-61]

Понад п'ятдесят років після виникнення соціолінгвістики в науковому середовищі склався консенсус щодо її специфіки – як у порівнянні з традиційним мовознавством, так і з аналізом дискурсу. Більшість соціолінгвістів розглядають її як дисципліну польових досліджень, у якій опитування та збір мовного матеріалу – центральні методологічні інструменти.

Дані, з якими працюють соціолінгвісти, найчастіше усні, незалежно від термінології (дискурсивні практики, мовлення, діалоги, типи взаємодії, мовні практики тощо). Соціолінгвістика дедалі більше працює з різноманітними типами комунікативних даних, які, на відміну від письмового дискурсу, не

можуть бути повністю сконструйовані дослідником і не піддаються інтуїтивному чи інтроспективному аналізу. Це особливо актуально у випадках багатомовності.

На відміну від аналізу письмового дискурсу, соціолінгвістичні дані не формуються у вигляді закритих, чітко визначених корпусів. Саме тому Ж. Буте у 1995 р. називає соціолінгвістику «мовознавством польового типу» [Maingueneau 1995, p. 156-159], пропонуючи не обмежувати цей термін лише дослідженнями недостатньо описаних мов, а поширити його на всі мовознавчі практики, які теоретично й методологічно враховують соціальні умови виникнення мовного матеріалу.

Швейцарський дослідник Бернард Пі зазначає, що дискурс (мовлення) є основним середовищем формування, трансформації та поширення соціальних уявлень. Через мовлення люди класифікують реальність, висловлюють ставлення, обговорюють нові явища – саме так соціальні уявлення набувають конкретної форми. Хоча інші соціальні практики теж важливі, їхній вплив опосередковується через дискурс. Також зазначено, що мова сама є об’єктом соціальних уявлень, адже кожен мовець має певне уявлення про «правильну» мову, яке формується і в повсякденному спілкуванні, і через освіту [Py 2004, p. 6-10].

Звичайно, інші соціальні практики також залучені до цього процесу, але їхня роль у будь-якому разі, як нам здається, опосередкована через мовлення. Наприклад, винахід нового лікарського засобу може з часом вплинути на соціальні уявлення про певну хворобу, але зміна цих уявлень набуде форми лише всередині й через різні висловлювання про цей препарат і хворобу – в медичних журналах, у кабінетах лікарів, у залах очікування, кафе або медіа [Py 2004, p. 10-19].

Бернард Пі стверджує, що мовлення надає соціальним уявленням об’єктивного та спостережуваного виміру, який дає змогу здійснювати низку

символічних дій – таких як коментування, заперечення, прийняття, оцінювання, цитування, згадування, натяк тощо. Наділяючи мовлення настільки центральним місцем і нехтуючи іншими, не дискурсивними соціальними практиками, ми, безумовно, ризикуємо випустити з уваги інші важливі аспекти соціальних уявлень. Але цей ризик – плата за ясність і методологічну послідовність [Py 2004, p. 19].

Жозіан Буте та Моніка Хеллер зазначають, що компонент «соціо» у соціолінгвістиці може розглядатися як соціальна ситуація мовленнєвого виробництва, як середовище, що оточує дискурсивну діяльність, або як екологічний простір, у якому мовці діють і говорять. Це середовище неминуче є соціальним, що підкреслює загальновизнану ідею: мовлення завжди виникає в межах певного суспільства та певної епохи, тобто має соціальну природу [Boutet, Heller 2007, p. 305–318].

У такому підході не потрібно глибоко проблематизувати саме поняття «соціуму» чи «суспільства» або аналізувати складні соціологічні моделі. Достатньо просто встановити наявність зв’язку між певними характеристиками суспільства й особливостями мовлення. Наприклад, географічне розташування, переселення населення або тип населеного пункту можуть співвідноситися з лексичними чи фонетичними рисами мовлення.

Навіть у складних дослідженнях часто використовується підхід соціальної стратифікації (високий / низький статус) або соціографічної класифікації (вік, стать, соціальна приналежність тощо). У результаті ми маємо кореляційний аналіз, у якому мовне й соціальне пов’язані через певні закономірності одночасного існування [Maingueneau 1995, p. 157].

Таким чином, вивчення мови в її соціальному контексті – це головний принцип соціолінгвістики.

Теоретичний зв’язок між мовою та суспільством можна розглядати не лише крізь призму влади чи нерівності мовних практик, а й із праксеологічної

перспективи – тобто як мову, що постає соціальною практикою, або «праксисом». У цьому руслі Буте з колегами запропонували неологізм «мовні практики», аби змістити акцент дослідження мови з абстрактних структур на реальну мовну дію в соціальному контексті. Цю мовну дію, або «вербальне діяння» [Maingueneau 1995, p. 156-158], що впливає на ситуації, описують і аналізують різні теоретичні напрями:

1. **прагматика**, яка розглядає мову як дію через поняття перформативності, мовленнєвих актів і висловлювань, що здійснюють дію;
2. **етнометодологія**, що досліджує, як люди взаємодіють через мову в повсякденному житті;
3. **французька праксематика**, яка акцентує на дії, що здійснюється завдяки мові [Maingueneau 1995, p. 158].

Ідея про вплив мови на соціальні процеси виникла ще у філософських традиціях і була переосмислена в лінгвістичній прагматиці як концепція мовної дії. Вона також є центральною у критичній соціолінгвістиці, яка досліджує, як мова бере участь у формуванні та підтриманні соціальної нерівності.

Отже, мовлення завжди виникає в певному соціальному й історичному контексті, що підтверджує соціальну природу мови. Соціолінгвістичний аналіз, спираючись на стратифікаційні або соціографічні підходи, виявляє закономірності між мовною варіативністю та соціальними характеристиками мовців.

Таким чином, сучасна соціолінгвістика розглядає мову не лише як систему знаків, а як динамічну соціальну практику, що формується й функціонує в межах конкретного соціального простору. Вона інтегрує до свого інструментарію досягнення прагматики, етнометодології та праксематики, які дають змогу глибше осмислити мовну дію в її реальному контексті. Це розширює аналітичні можливості соціолінгвістики та підкреслює її актуальність у вивченні мовної поведінки сучасної людини.

Узагальнюючи вище наведене, можемо дійти висновку, що соціолінгвістика – це наука, що вивчає взаємозв'язок між мовою та суспільством, зокрема те, як соціальні фактори (вік, стать, статус, групова належність, ситуація спілкування) впливають на мовну поведінку та мовні зміни. Соціолінгвістика аналізує не лише мовну систему, а й мовну дію, або вербальне діяння, спрямоване на організацію й трансформацію соціальної взаємодії.

1.2 Соціальна роль індивіда та її вплив на мовлення і мовну поведінку

Р. Лінтон та Дж. Мід були одними з перших, хто ввів у соціальні науки поняття «роль», досліджуючи соціокультурну природу рольових вимог і їхній взаємозв'язок із соціальним статусом індивіда. Вони чітко розмежували поняття статусу та ролі, розглядаючи статус як сукупність прав та обов'язків, а роль – як динамічний прояв цього статусу. Автори підкреслювали нерозривність ролі та статусу, а також виділяли категорії «приписаний» та «досягнутий» статус [Солощук 2010, с. 62].

У соціолінгвістиці соціальна роль трактується як комплекс усталених, загальноприйнятих очікувань, що включає психологічні, соціологічні та лінгвістичні характеристики особистості, які корелюють із її соціальним статусом [Солощук 2010, с. 63-65]. Соціальна роль визначається як відносно стабільна й внутрішньо узгоджена система поведінкових реакцій, що є відповіддю на поведінку інших членів соціальної групи та відбувається відповідно до встановлених норм і зразків.

Існує кілька типів соціальних ролей за різними критеріями: за ступенем актуалізації – латентні та активні; за відношенням до суспільства – конвенціональні та міжособистісні; за рівнем ідентифікації з роллю –

особистісно значущі та другорядні; за способом формування – приписані й досягнуті через особисті зусилля [Солощук 2010, с. 65]. Кожна особа володіє множинністю ролей, однак ступінь ідентифікації з ними варіює, при цьому рольова ідентифікація визначається як максимальне злиття особистості з роллю, а дистанціювання – як мінімальна.

У соціології, ролі розподіляють на постійні та ситуативні, що перебувають у взаємозв'язку. Рольова поведінка, обумовлена стійкими соціальними характеристиками, у конкретній комунікативній ситуації буде різною залежно від соціального статусу співрозмовників.

Типові способи виконання ролі базуються на рольових стереотипах – усталених уявленнях про права, обов'язки та очікувану поведінку, що формуються на основі досвіду та повторюваності рольових проявів [Солощук 2010, с. 67].

Таким чином, соціальна роль як форма суспільної поведінки зумовлена як соціальним статусом індивіда у певній групі, так і характеристиками конкретної комунікативної ситуації – її метою, темою, аудиторією та характером взаємин між учасниками.

У контексті соціальної ролі виокремлюють [Солощук 2010, с. 68] мовленнєву роль – сукупність дозволених мовних засобів у конкретних ситуаціях – та комунікативну роль, що є ширшим поняттям і включає як вербальну, так і невербальну комунікативну поведінку.

Рольові взаємини можуть бути симетричними або асиметричними, що відображається у соціальній маркованості мовних одиниць і впливає на мовленнєву поведінку комунікантів.

Під час розгляду комунікації часто береться [Люлька 2014, с. 307] за правило розуміння, що спілкування відбувається однорідним чином. Хоча нерідко відбуваються ситуації комунікації представників різних соціальних груп. Це може бути спілкування начальника та підлеглого, продавця та покупця,

водія та пасажира тощо. Щоб досягти успіху в процесі комунікації, необхідно щоб його учасники взаємопристосовувалися під час комунікації один до одного. Така взаємодія стосується: вибору мовних засобів, правил використання мовних засобів, тактик спілкування, невербальних аспектів спілкування (жестів, міміки, рухів). Для кожного з них важливою є різниця між співрозмовниками за характеристиками «свій-чужий», «вищий-нижчий» [Люлька 2014, с. 308].

За умови комунікації зі «своїм» представником такого самого соціального середовища знайомого адресата, адресант має більший вибір мовних засобів порівняно зі спілкуванням з «чужим», коли необхідний більш точний підбір мовних засобів, за допомогою переходу на більш офіційний стиль, обмеження мовного репертуару тощо. До прикладу, при спілкуванні з лікарем, пацієнт намагається уникати непорозумінь, діалектизмів та ненормативної лексики [Люлька 2014, с. 307-309].

Дотримання наявних у суспільстві вимог щодо вживання слів і вимови учасниками спілкування свідчить про соціальну природу мовлення. Кожна мова має історично сформовану соціальну норму. За В. фон Ґумбольдтом, мова розглядається як енергія (energeia), що реалізується через індивідуальні мовні акти, тоді як мовна система (ergon) є абстрактним конструктом, стабільним у науковому аналізі. У цьому контексті норми мовлення трактуються як стандарти поведінки мовця, визначені в межах правил мовної системи [Жмаєва 2012, с. 74 - 80].

Цю ідею також підтримують В. Матеюс, Б. Гавранек, Е. Вахек та ін. Згідно з літературною теорією Б. Гавранека, мовна норма є сукупністю уживаних мовних засобів, які регулюють колективне мовлення. У працях Гавранека норма розглядається як зв’язок між мовною системою та її функціональним використанням [Жмаєва 2012, с. 80], що узгоджується з

поглядами Л. Ельмсльова, який поділяє мову (langue) і мовлення (parole) [Жмаєва 2012, с. 82].

У сучасному розумінні мовна норма постає як свідомий вибір: вона передбачає добір найбільш доречних одиниць відповідно до контексту та комунікативної ситуації. Норма формується через відбір лексичних, морфологічних, синтаксичних та орфоепічних засобів із наявного мовного арсеналу (традиційних елементів, новотворів чи відновлених з минулого форм) у процесі їх суспільного оцінювання [Коць 2017, с. 48].

Зміни культурно-історичних та соціальних умов зумовлюють появу нових аксіологічних значень мовних елементів. Такі одиниці виходять за межі традиційних рівнів мови та створюють тексти, що фіксують часові маркери її розвитку. Коли новий зміст — зрозумілий і прийнятний суспільству — відображає актуальні тенденції, він сприяє закріпленню відповідних мовних форм у практиці. Такі форми можна вважати реалізованими потенціями мовної системи, що активізуються в певних історичних обставинах [Коць 2017, с. 49].

Отже, мовна норма є соціальним конструктом, який регулює відносини між системою мови та індивідуальними актуалізаціями мовлення, забезпечуючи узгодженість комунікативної практики.

РОЗДІЛ 2
СУЧАСНИЙ СТАН ФРАНКОМОВНОГО МОЛОДІЖНОГО МОВЛЕННЯ

2.1 Молодіжне мовлення як об’єкт соціолінгвістичного аналізу

Поняття «покоління» використовується як у повсякденній мові, так і в медіа та науці – у психології, антропології, історії, соціології. Різні дисципліни надають цьому терміну свої значення, що часто породжує плутанину. З цього постають декілька фундаментальних питань, розв’язання яких дозволить нам визначити поняття «молодь», «молоде покоління» як окремий, обумовлений віковими проміжками період життя людини:

1. Чи можливо визначити «вікові періоди життя» з позиції соціології, замість використання довільних вікових груп?

2. Яке визначення має поняття «покоління» та «молодь»?

3. Як визначити життєвий проміжок людини, який ми можемо визначити як «молодість» у контексті соціології?

Поняття «молодь», іноді відмінне від поняття «підлітковий вік», особливо активно формувалося протягом XX століття. Воно стосується не стільки біологічного віку, скільки особливого періоду життя між дитинством та входженням у доросле суспільство. Завершенням цього періоду традиційно вважається набуття ознак дорослого статусу – стабільна робота, створення пари тощо. Такий шлях був типовим для більшості молодих людей.

Однак з кінця 1970-х років цей період «соціальної латентності» почав подовжуватися, що пов’язано з наростанням нестабільності та невизначеності, в якій перебуває значна частина молоді. Через це молодість поступово перестає бути коротким перехідним етапом і набуває рис тривалого соціального стану. У результаті межі молодості часто зміщуються далеко за 30 років [René 1990, p. 61-74].

Термін «молодь» уперше був офіційно представлений на міжнародному рівні Генеральною Асамблеєю ООН у 1985 році, де було визначено вікові межі 15–24 роки. Згодом Всесвітня організація охорони здоров’я запропонувала ширше розуміння поняття «молоді люди», окресливши цей період віком від 10 до 24 років. У сучасній європейській практиці вікові рамки молоді зазвичай становлять приблизно від 13–14 до 29–30 років [Ступак 2021, с. 257-267].

Хоча слово «молодь» вживається в однині, за ним приховується множинність життєвих траєкторій, що залежать від соціального походження, статі й покоління. Тому, говорячи про молодіжний рух, маємо справу з дуже різноманітними стилями життя, притаманними цій віковій групі [René 1990, p. 61-74].

Отже, для визначення поняття «покоління» використаємо дефініції, які надають онлайн-словники Le Robert, Larousse, Littré, а також напрацювання українських та закордонних вчених, які розглядали дане питання. Le Robert надає таке визначення поняттю «*la génération*» (покоління): «*Ensemble des individus qui, à la même époque, sont dans la même tranche d'âge*» [Le Robert] (покоління – це група осіб, які одночасно перебувають в одній віковій групі). Larousse визначає «*la génération*» як «*Ensemble d'êtres, de personnes qui descendent d'un individu à chaque degré de filiation*» (сукупність осіб, що походять від певного індивіда на кожному ступені родинних зв’язків) або «*Ensemble des personnes vivant dans le même temps et étant à peu près du même âge*» (сукупність людей, які живуть одночасно та є приблизно одного віку) [Larousse]. За

словником Littré, «*la génération» – «Tous les hommes vivants dans le même temps ou à peu près. La génération présente. Les générations futures*» (покоління – це усі люди, що живуть одночасно або приблизно одночасно, напр. сучасне покоління, майбутні покоління) [Littré].

На визначення поняття «*la jeunesse*» (молодь), використані словники надають такі дефініції:

Le Robert: 1. *Temps de la vie entre l'enfance et la maturité. 2. Fait d'être jeune ; état d'une personne jeune* [Le Robert] (1. Період життя між дитинством і зрілістю. 2. Стан молодості; стан молодої людини. Сукупність характеристик, характерних для молодості, але які можуть зберігатися і в старості).

Larousse: 1. *Période de la vie humaine comprise entre l'enfance et l'âge mûr* (Період людського життя між дитинством та середнім віком). 2. *Fait d'être jeune ou d'être formé de personnes jeunes pour un groupe* (стан молодості або група сформована з молодих людей). 3. *Ensemble des traits physiques et moraux propres aux personnes jeunes, mais dont certains peuvent subsister chez celles qui ne le sont plus* (сукупність фізичних та моральних рис, характерних для молодих людей, але деякі з яких можуть зберігатися і у тих, хто вже не молодий) [Larousse].

1. Littré: 1. *Temps de la vie entre l'enfance et l'âge adulte* (Період життя між дитинством і дорослим віком). 3. *Collectivement, ceux qui sont dans l'âge de la jeunesse* (3. У сукупності ті, хто перебуває у віці юності) [Littré].

Жерар Може дефініціював молодь як частину біографії: перехід від школи до роботи та сім'ї. Молоде покоління – це подвійний біографічний перехід, який завершується стабільністю в професії та особистому житті [Mauger 2014, p. 25-30]. У Соціологічному словнику [Біленький, Козловець 2006, с. 183] подано два підходи до визначення поняття «молодь»:

1. у широкому значенні – це велика сукупність вікових груп, об'єднаних спільними видами діяльності, характерними для певного етапу життя;

2. у вузькому значенні – це соціально-демографічна група, що виділяється за віком, особливим становищем у суспільстві, специфічними інтересами й цінностями.

Ю. Грицай наводить визначення молоді як соціально-демографічної групи, визначеної за віковими параметрами, соціальним становищем і психосоціальними особливостями, що залежать від культурного та історичного контексту [Грицай 2015, с. 132-135]. За його дослідженням, молодь – це історично конкретна частина людства, яка на певному етапі розвитку є водночас суб'єктом і об'єктом суспільного руху. Її вікові межі – від 14 до 35 років – зумовлені тривалістю періоду соціального дозрівання, а внутрішні градації – стадіями цього розвитку [Грицай 2015, с. 132-135].

Отже, поняття «молодь» і «молоде покоління» є багатогранними та охоплюють як біологічні, так і соціокультурні, психологічні й історичні аспекти. Дане поняття не можна зводити лише до віку: це стан і процес становлення особистості, що супроводжується інтенсивними фізичними, психічними та соціальними змінами.

Таким чином, молоде покоління – це не просто об’єднання за віком. Це спільнота, що формується під впливом важливих історичних подій, які закарбовуються в їхній свідомості та визначають спільний досвід і спосіб мислення. За Жераром Може, молоде покоління – це також біографічний перехід, що охоплює шлях від школи – до інтеграції в доросле життя (праця, сім’я, відповідальність) [Mauger 2014, p. 25-30].

Завдяки опрацьованим визначенням, ми дійшли до висновку, що молодь – це ключовий етап у житті людини, а молоде покоління – це історично та соціально сформована група, що відіграє важливу роль у зміні та оновленні суспільства.

Коли молодість почали сприймати як окремий етап життя, це стало важливою темою в ідеологічному та політичному контексті.

За результатами дослідження французького мовознавця К. де Фераля, межі поняття розмиті: нижня межа – від 0 до 18 років, верхня – від 15 до 50 років [De Féral 2012, p. 21-22]. Отримані показники залежать від психологічних та соціальних чинників. Наукові розвідки засвідчують, що розуміння таких вікових категорій, як «дорослий» і «пенсіонер», різниться в середині XX століття і в XXI столітті.

Розглядаючи мову молоді як окремий об'єкт дослідження, треба зважати на те, що людям різного віку, навіть серед тих, кого ми називаємо молоддю, притаманні різні психологічні риси. Як зазначає І. Цар, «підліткам 17-18 років властива інша соціально-психологічна поведінка, ніж, наприклад, молодим людям 25-30 років. Відрізнятиметься і їхнє соціальне середовище та, відповідно, функції в суспільстві» [Цар 2018, с. 64].

Отже, немає однозначного визначення вікових меж, щодо яких використовуємо поняття «молодь». На нашу думку, щоб результати дослідження були об'єктивними, одночасно мусимо враховувати й інші критерії: рівень освіти, професію, певні аспекти вікової психології тощо. Необхідно брати до уваги низку ситуативних чинників: ситуацію спілкування (офіційна / неофіційна), комунікативне середовище (дім / школа / університет / робота), статус співрозмовників (батьки / друзі / незнайомці / викладачі). Усі вони нерозривно пов'язані, і тільки комплексний аналіз уможливить цілісне розуміння взаємозв'язку мови та віку [Цар 2018, с. 65].

Через своє розташування між дитинством і дорослістю, а також через навчання дорослого життя – зокрема професійної діяльності – молодість є складним для визначення поняттям. Вона значно варіюється залежно від рівня економічного й соціального розвитку країн, а також від особливостей їхньої соціальної структури.

У тих країнах, де чисельно переважає сільське населення, особливо дрібне селянство, період молодості дуже короткий і майже зливається з дитинством,

адже залучення до праці відбувається дуже рано. Хоча освіта стала поширеним і навіть у віддалених селах прагненим явищем, вона часто лишається недосяжною або неадаптованою до реалій, а тому – радше утопічною [Pestre 2014, p. 209-223].

Еліз Пестр зазначає, що швидке зростання міського населення останніми десятиліттями частково змінює цю ситуацію [Pestre 2014, p. 209-223]. Незважаючи на те, що значна частина міських мешканців – вихідці з села – не інтегрується у сучасну систему, де тривала освіта є запорукою соціального зростання, у містах правові норми застосовуються суворіше, а залучення молоді до шкільної системи є ефективнішим. Через це період молодості у містах має тенденцію до подовження [Pestre 2014, p. 209-223].

У таких умовах встановлення нижньої вікової межі (наприклад, 15 років) як критерію визначення молоді є необхідним для статистичних порівнянь, однак має дещо штучний характер. Частка осіб до 15 років у населенні країн, що розвиваються, є важливим показником, який не слід розглядати лише як кількість утриманців, що створюють навантаження на економіку [Pestre 2014, p. 209-223].

За оцінками Департаменту народонаселення ООН, частка дітей і молоді віком до 15 років у країнах, що розвиваються, зросла з 38,2 % у 1950-х до 41,8 % у 1970-х роках. Очікувалося, що з 1980-х років цей показник поступово зменшуватиметься, досягнувши 33,2 % у 2000 році. Проте у 1980 році спостерігалися великі континентальні відмінності: при загальносвітовому рівні 35 %, в Африці даний показник сягав 45 %, в Латинській Америці – 40 %, у Південній Азії – 41 %, а в Західній та Східній Африці – 46 % [Pestre 2014, p. 209–223].

Однак виклик у вивченні соціального значення варіативності полягає у пошуку співвідношення між локальним і глобальним – у знаходженні зв’язку між мовними способами, якими мовці укладають ідентичність і відносини у

повсякденному житті, і їхнім місцем у соціальній стратифікації мовної варіативності, що виходить за межі локальних рамок.

Наша здатність інтегрувати повсякденні локальні спостереження залежить від нашої здатності виокремити з них ключові елементи соціальної структури, соціальної практики та соціального значення, які можна надійно корелювати зі змінним використанням мовних форм [Pestre 2014, p. 209–223].

2.2 Комунікативні та жанрові характеристики інтернет-дискурсу

Інтернет-комунікація відкриває можливість спілкування будь-кому, незалежно від місця та часу, що відрізняє її від традиційного усного мовлення, яке потребує безпосереднього контакту. Інтернет-дискурс – це не просто канал зв'язку, а нове середовище, де люди взаємодіють різноманітно й без фізичної присутності [Шкворченко 2019, с. 62–68].

Він має глобальний характер і доступний з будь-якої точки світу, забезпечує швидку передачу та постійне оновлення інформації, а також необмежений обсяг даних. Інтернет-дискурс відкритий для різної аудиторії, дозволяє залишатися анонімним або створювати нову ідентичність. Комунікація у цьому середовищі потенційна та інтерактивна, із рівноправністю учасників незалежно від статусу, віку чи статі, і опосередкована технічними засобами.

Особливістю інтернет-дискурсу є відсутність невербальних реакцій співрозмовника, що компенсується використанням паралінгвістичних засобів – графіки, аудіо, відео. Інформація в Інтернеті зберігається незалежно від часу, її можна редагувати й коригувати. Мовлення у цьому середовищі є гнучким, без суворих правил, хоча в окремих платформах існують певні обмеження [Кокнова 2022, с. 53-55].

Тексти в Інтернеті мають нелінійну структуру (гіпертекстуальність), містять емоційні елементи (емотикони), поєднують різні стилі мовлення і часто реалізуються письмово за моделлю усного спілкування. Відсутність часових і просторових меж стимулює активну взаємодію користувачів [Черниш 2022, с. 118-129].

Особливістю інтернет-мови є її різноманітність та свобода вираження. Вона використовує смайлики, скорочення, неологізми, елементи технічного жаргону, емоційний синтаксис і часто відходить від класичних граматичних норм. Спілкування в мережі відбувається без жорсткої ієрархії, що підкреслює рівність і психологічну свободу учасників.

Отже, інтернет-дискурс можна розуміти як багатовимірне явище, яке охоплює електронні, аудіо- та відеотексти, поєднані гіперпосиланнями та соціальними умовами їх функціонування. Він виступає новою формою комунікації у цифровому середовищі [Шкворченко 2019, с. 62-68].

Інтернет являє собою розгалужений простір, у якому поєднано безліч платформ – від новинних ресурсів і блогів до соціальних мереж, месенджерів, онлайн-магазинів та освітніх сервісів. Усе це створює середовище, здатне охопити практично будь-яку сферу людської діяльності та забезпечити доступ до найрізноманітнішої інформації. Тематичне наповнення мережевого простору надзвичайно багате – від політики та економіки до музики, культури, науки й дозвілля, що робить інтернет-дискурс різноплановим і багатогранним [Шкворченко 2019, с. 62–68].

Отже, інтернет-дискурс не є простою сукупністю повідомлень – це складне інтегроване явище, яке поєднує мовні, культурні та технічні чинники. Він створює нові умови для комунікації, розширює межі традиційного мовлення та формує нову якість інформаційного обміну в цифровому середовищі.

Жанрова система інтернет-дискурсу відзначається складністю й мінливістю. Вона формується під впливом технологічного розвитку, що не

лише змінює існуючі жанри, а й породжує нові. Структура цієї системи є багаторівневою: від гіпержанрів до субжанрів і проміжних форм, які не завжди легко класифікувати. Дослідження жанрової типології поки що залишається фрагментарним, а сама галузь – недостатньо впорядкованою [Гудзь 2015, с. 61–87].

Інтернет-дискурс об’єднує широкий спектр жанрів, які можна визначати за різними критеріями, від структури та мети висловлювання до комунікативних функцій і тематичного спрямування. Тут поєднуються інформаційні, директивні, естетичні, розважальні й презентаційні жанри, що реалізуються у форматі електронних листів, чатів, форумів, блогів, віртуальних ігор, онлайн-курсів та багатьох інших форм. Водночас існують як традиційні жанри, перенесені в цифрове середовище, так і ті, що виникли виключно в мережі.

Підсумовуючи наявні наразі дослідження у сфері жанрової специфіки інтернет-дискурсу, Н. О. Гудзь [Гудзь 2015, с. 61-87] визначає Інтернет-дискурс як новий тип комунікації: структурність та композиційність; інтенція висловлювання; принцип взаємодії; ситуації використання Інтернету; комунікативні функції; тематична спрямованість; походження:

Таблиця 2.1

Класифікаційні параметри Інтернет-дискурсу за Н. О. Гудзь

Критерії виділення	Структурність та композиційність	*Жанри*	дискурсоформуючі	E-mail, форум, гостьова книга, чат, блог, миттєві повідомлення, смс, ігри онлайн
	Інтенція висловлювання		дискурсонабуті	флейм, мережевий флірт, віртуальний роман, креатифф, спам, послання
	Принцип		один-одному	E-mail, миттєві повідомлення, смс,

	взаємодії		один- багатьом	списки розсилки, новинні групи, віртуальні світи, чати, веб-сайти, блоги
	Ситуації використання Інтернету			E-mail, чати (синхронні/асинхронн, електронні дошки оголошень, віртуальні світи, всесвітня павутина
	Комунікативні функції		інформативні	інституційні вебсторінки, пошукові системи, онлайн-енциклопедії, каталоги, списки розсилки, електронні бібліотеки, архіви
			директивні	веб-банери, веб-сторінки оголошень, Інтернет-магазини, аукціони
			фатичні	чат, електронні листи, новинні групи, форуми
			презентаційні	особисті веб-сторінки, сайти-візитки, веблоги
			естетичні	мережевий роман, фан-фікшн
			розважальні	віртуальні світи, ігри
	Тематична спрямованість		загально-інформаційні	мережеві ЗМІ, новинні групи
			науково-освітні та спеціальні інформаційні	монографії, збірники, інтерактивні навчальні курси, віртуальні університети, онлайн-конференції, Інтернет-семінари
			художні	«оцифровані» традиційні літературні твори, сетература
			розважальні	анекдоти, віртуальний флірт

			непрофесійного спілкування	дискусійні групи, чати, гостьові книги, списки розсилки
			ділові та комерційні	дошки оголошень, аналітичні огляди ринків, інформаційні листи, оголошення в службах працевлаштування
	Походження		Запозичені (канонічні)	напр., реклама, анотації
			Власне мережеві (неканонічні)	електронна пошта, ICQ, чат, форум, соціальна мережа та ігровий портал

Мова інтернет-комунікацій вирізняється своєю специфікою: вона нагадує внутрішнє мовлення, адже користувачі висловлюють думки вільно, без суворих правил чи обмежень. У віртуальному просторі зникають бар'єри субординації, панує рівність можливостей, анонімність і психологічна свобода, що стимулює активність, швидкість реагування та об'єднання за спільними інтересами.

Отже, інтернет-мова не є випадковим набором мовних засобів – це новий пласт комунікації, який відображає свободу, швидкість і креативність сучасного цифрового суспільства.

2.3 Особливості молодіжного мовлення в інтернет-дискурсі

Захоплення молоді мовними новаціями є явищем, яке спостерігається в різні історичні періоди й у різних культурах. Це захоплення новими формами мовлення – не новинка, а явище, яке простежується в різних епохах і культурах.

Французька лінгвістка Франсуаза Гаде [Gadet 2020, p. 45–55], яка досліджує молодіжне мовлення, пояснює, що молоді люди часто створюють нові мовні форми, щоб відмежуватися від дорослих. Ці вигадки виконують

водночас ігрову та захисну функції, а деякі з них з часом стають частиною ширшого мовного вжитку. Вона зазначає, що при цьому не йдеться про повноцінну нову мову: граматика та синтаксис загалом залишаються в межах усної французької, а основні зміни стосуються саме словникового складу [Gadet 2020, p. 45–55].

Серед типових новацій – переставляння складів у словах (verlan) чи скорочення (troncation): наприклад, слово *zik* походить від *musique* (музика). Молодь також активно запозичує лексику з інших мов. І хоча використання іншомовних слів у мові не нове, сучасна молодь звертається не лише до англійської, а й до менш престижних мов.

Верлан є окремою і невід'ємною частиною сучасного французького мовлення, включно з молодіжним. Ріма Амокран і Еммануель Герен [Amokrane, Guérin 2020, p. 77-87] зазначають, що молоді люди, особливо з родин мігрантів, які живуть у занедбаних районах із високим рівнем імміграції, часто стикаються зі стигматизацією. Жоржія Констатіну розглядає верлан (вид молодіжного арґо з інверсією складів, що ускладнює розуміння мовлення), як прояв мовного протесту молоді проти цінностей, «які спричиняють їхнє виключення із суспільства» («*Ils veulent bousculer les valeurs qui provoquent leur exclusion de la société*» [Constattinou 2017, p. 10]). На думку О. М. Мартинюк, «верлан є призмою, через яку можна вивчити культурні обміни між арабською та французькою культурами, і як ці дві культури взаємодіють сьогодні» [Мартинюк 2014, с. 115-117].

У верлані важливу роль відіграє не лише інверсія складів, а й те, як трансформація впливає на значення слова. Часто нові форми утворюються шляхом фонетичного спотворення, без особливого зважання на можливі зміни сенсу. Завдяки поєднанню елементів різного походження та ігноруванню усталених синонімів верлан нерідко створює нові семантичні відтінки або навіть кодує значення. Додаткові труднощі виникають через можливу омонімію

з лексикою стандартної французької мови, а також через характерну для сленгу схильність до метафоричних переосмислень. Усе це дає підстави стверджувати, що сучасний верлан значно виходить за межі простої мовної операції на кшталт інверсії чи елізії: він ґрунтується на особливій естетиці звучання та творчій мовній грі [Мартинюк 2014, с. 115-117].

Саме тому не кожне слово легко «верланізувати»: деякі потенційні форми відкидають через неприродне або неблагозвучне звучання (наприклад, leugueu як варіант від gueule). У сфері французької реп-культури верлан повинен бути мелодійним і ритмічно привабливим. Завдяки цьому такі форми, як pécho (від choper), tarpé (від pétard) чи chébran (від branché), набули широкого поширення – передусім через своє характерне та привабливе звучання [Мартинюк 2014, с. 115-117].

Крім лексичних особливостей, мовлення молоді має фонетичні впливи, зокрема з арабської мови магрибського регіону – подовження передостаннього складу та скорочення останнього. Серед прикладів – арабські слова *kif* (задоволення) і *seum* (образа), а також ромського походження слово *bouillave*, яке у молодіжному сленгу означає «мати інтимні стосунки» [Avanzi 2020].

Це явище не обмежується великими містами чи іммігрантськими громадами. Як зазначає мовознавець Матьє Аванзі з Сорбонни [Avanzi 2020], молодь нерідко відроджує й переосмислює регіональну лексику. Так, у Марселі поширилося звертання *fraté*, утворене від корсиканського *fratellu* – «брат». Цікаво, що старше покоління цього слова не використовує: нове життя йому надали саме підлітки.

Однак слід пам’ятати, що межах однієї мовної спільноти існують окремі групи та мовні мережі. Вони об’єднують людей, які використовують особливі, притаманні лише цим групам форми спільної мови й формують специфічні, власні нормативні уявлення про ці мовні практики. Такі відмінності можуть стосуватися різних мовних рівнів або проявлятися у міждіалектних чи

поколіннєвих формах мовлення — як, наприклад, у випадку молодіжної міської французької (*«le français des jeunes des cités»*) [Boyer 2016, p. 53—65].

У дослідженні, проведеному Франсуазою Гаде [Gadet 2020, p. 45–55], було зібрано корпус *Multicultural Paris French (MPF)* – мовні дані, записані серед мешканців передмість, які мають контакт із різними культурами через родинне походження або соціальне середовище. Дослідники надають перевагу терміну *parlers jeunes* («мови молоді»), попри усвідомлення його недоліків: він може здаватися маргіналізуючим, проте дає змогу уникнути хибного уявлення про те, що молодь користується окремою мовою. Насправді йдеться про різновид французької з певними специфічними рисами, а не про самостійну лінгвістичну систему.

У суспільстві поширене уявлення, що саме молодь говорить «найгірше», що підсилює упередження, ніби вони мають лише один стиль мовлення. Насправді ж, усі мовці, включно з молоддю, володіють багатьма мовними регістрами й здатні перемикатися між ними залежно від ситуації – це чудово показано у фільмі *L'Esquive* (2004), де підлітки з передмість змінюють свій стиль мовлення залежно від контексту.

Верлан частково походить з арго – мови, яку паризькі кримінальні кола використовували як секретний код, незрозумілий для поліції. Урбанізація Парижа та масова міграція сприяли змішуванню населення, що, своєю чергою, зумовило активне поширення мовних запозичень з різних мов і соціальних регістрів. У результаті більшість верланізмів належить до популярного (розмовного) прошарку французької мови [Mabilon-Bonfils 2012, p. 217-228].

Варто підкреслити, що верлан – це не окрема мова, а специфічний різновид загальнофранцузької, який відображає соціальну диференціацію суспільства. Арго не створює нової мовної системи, а лише переосмислює й деформує вже існуючу, часто в грубішій або спрощеній формі. Луї-Жан Кальве [Mabilon-Bonfils 2012, p. 217-228] зазначає, що існування арго є показником

поділу суспільства на соціальні групи або «племена», кожне з яких адаптує загальну мову відповідно до власних потреб.

Крім того, ступінь відмінності арго від стандартної мови прямо пропорційний ступеню відокремленості чи унікальності соціальної групи, яка цим арго послуговується. Чим більше група хоче вирізнятись, тим більше вона створює свій особливий лексикон.

У ширшому сенсі, мова може служити як для розширення комунікації, наприклад через появу універсальних мов чи лінгва-франка, так і для її обмеження, як у випадку з арго або секретними мовами. Таким чином, арго відповідає «криптичній функції» мови – створення обмеженого доступу до змісту для «своїх» через переробку стандартної мови [Mabilon-Bonfils 2012, p. 217-228].

Таким чином, верлан – це не просто гра зі звуками чи переставлення складів. Подібні мовні явища існували у французькій ще з часів Середньовіччя, що свідчить про глибше культурне й історичне коріння цього феномену.

Тож молоді не лише властива мовна творчість – вони також забезпечують спадкоємність живої мови, зберігаючи частину традиційної лексики. М. Аванзі підкреслює: найбільш вкорінені мовні особливості – це ті, які ми засвоїли в дитинстві. До таких належить лексика, пов’язана з побутом, харчуванням, шкільним середовищем, яка закріплюється ще в ранньому віці [Avanzi 2020].

Мовні зміни стосуються не лише молоді. Як зауважує Франсуаза Гаде, фахівчиня з мовної варіативності та соціолінгвістики, молодь справді впливає на формування розмовного регістру, проте не визначає напрям розвитку стандартної французької, яку ми чуємо в медіа й використовуємо в офіційній освіті [Gadet 2020, p. 45-55]. На її думку, офіційне французьке мовлення залишається доволі стабільним, попри регулярні хвилювання щодо нібито «занепаду» мови. Дослідниця підкреслює, що взаєморозуміння між поколіннями не зникає навіть із плином десятиліть, адже мовні зміни не є

настільки швидкими чи радикальними. Якщо людина столітнього віку може порозумітися з дитиною, зазначає Гаде, це свідчить про сталість мовної системи, незважаючи на поодинокі нові слова, пов'язані з технологічним розвитком.

Також, за словами Гаде, у минулому сам факт аудіо-запису розмови був незвичним і викликав у мовців прагнення говорити «гарніше», аніж зазвичай. Тому багато записів 1960–70-х створюють ілюзію більш «правильної» мови, наближеної до письмового стилю, хоча насправді вона не відображає повсякденного мовлення [Gadet 2020, p. 45-55].

Існує дійсно так звана *стандартна* французька мова, якою користуються як у Франції, так і в Квебеку, Швейцарії чи Камеруні. Однак цей стандарт, що зазвичай звучить у ЗМІ, є радше теоретичним конструктом, який змінюється з часом і ніколи не може бути описаний повністю. Він не відповідає суворим уявленням, які просуває Французька академія. До того ж повсякденне мовлення не обмежується лише цим стандартом. Поряд із носіями так званих «мов Франції» – окситанської, корсиканської, бретонської тощо – існують виразні регіональні та соціальні відмінності в лексиці, мовних зворотах і навіть у вимові.

Водночас сучасні лінгвістичні дослідження, що ґрунтуються на порівнянні давніх та нових аудіоданих, дають змогу простежити тонкі, але показові зміни у мовленні. Наприклад, Селін Дюга з колегами проаналізували корпус ESLO, до якого входить 300 годин записів 1969-1974 років та 150 годин записів 2010-х. Отримані результати засвідчують еволюцію так званих «пунктуаторів» – слів-зв'язок, що допомагають утримувати увагу співрозмовника [Kammerer 2021, p. 10-12]. За словами Дюга, раніше поширеними були вирази на кшталт «бачите» (*vous voyez*) або «отже» (*alors*), тоді як сьогодні на перший план виходять «ну от» (*du coup*) та «насправді» (*en fait*), які стали характерними для молодіжного спілкування.

Також дослідниця зауважує, що молодь дедалі рідше використовує традиційні прислів'я, натомість активно послуговується новими мовними

конструкціями, багато з яких походять із соціальних мереж. Крім цього, у мові простежується зменшення використання релігійної лексики. Наприклад, замість виразів на кшталт «моя віра» (*«ma foi»*) чи «я вірю, що» (*«je crois que»*), які раніше були поширені, нині частіше вживаються нейтральні конструкції на кшталт «я думаю, що» (*«je pense que»*) – це може вказувати на загальне ослаблення релігійного впливу у повсякденному мовленні [Kammerer 2021, p. 13].

Ліліан Спренгер-Шароль наголошує, що ще у XVII столітті точилися дискусії щодо необхідності спрощення правопису, аби він краще відображав зміни у вимові. Йшлося, зокрема, про заміну форм на кшталт *je chantoi* на *je chantai* або усунення беззвучних літер, як у випадку зі словом *escriture*, що згодом набуло сучасного вигляду *écriture*. Дослідниця зауважує, що аргументація противників таких реформ майже не змінилася з часом [Béchennec, Sprenger-Charolles 2014, p. 1-19].

Дослідниця також підкреслює, що існує поширений страх щодо того, нібито молоде покоління не зможе читати старі тексти, хоча при цьому часто забувають про модернізовані шкільні видання класичних творів. На думку Спренгер-Шароль, подібні побоювання свідчать і про прагнення зберегти соціальну ієрархію через правопис: історично він слугував способом відмежувати освічених від решти населення. Саме тому багато хто виступає проти спрощень, адже такі зміни сприймаються як втрата «вишуканості» [Béchennec, Sprenger-Charolles 2014, p. 1-19].

Спренгер-Шароль звертає увагу, що ці упередження пояснюють, чому нові форми правопису, як-от «*nénufar*» чи «*ognon*», досі рідко використовуються. Офіційне визнання останніх реформ відбулося лише у 2008 році, хоча вони були опубліковані ще у 1990 році. Вона також вказує на те, що складності у правописі є причиною того, що французькі школярі часто мають гірші результати у навчанні читанню порівняно з іншими країнами: у мовах із

більш непрозорим правописом процес навчання займає більше часу, а страх зробити помилку посилює цю проблему [Béchennec, Sprenger-Charolles 2014, p. 1-19].

Марія Кандея наголошує, що цифрова епоха докорінно змінила наше сприйняття письма: якщо раніше письмові тексти створювалися передусім для збереження й тому вимагали ретельної, продуманої форми, то сьогодні письмова мова все частіше наближається до живого діалогу, що потребує більшої оперативності та простоти [Kammerer 2021, p. 10-16].

Вона пояснює, що популярність скорочень і використання емотиконів у цифрових повідомленнях зумовлена прагненням компенсувати відсутність невербальних сигналів, властивих усному мовленню [Kammerer 2021, p. 10—16]. Дослідниця також підкреслює, що наявні дослідження не виявили негативного впливу цифрових комунікацій на письмові навички молоді [Kammerer 2021, p. 10—16].

Матіє Аванзі зазначає, що соціальні мережі відкривають доступ до широкого спектра мовних практик, демонструючи, що французька мова має багато локальних і соціальних варіантів. Ці варіанти можуть бути корисними, оригінальними й навіть поетичними, і тому їх слід розглядати як мовне багатство, а не як недолік [Avanzi 2020].

На початку 2000-х Анрі Бойє відзначав, що між 1980-ми та 1990-ми роками зміст і фокус лінгвістичних досліджень поступово зміщувалися від терміну «*français branché*» (модна / сучасна / стильна французька), під яким розумілась переважно мова молоді, до «*parler jeune*» (молодіжна говірка) і, зрештою, до «*langue des cités*» (мовлення міських кварталів) унаслідок зростання впливу периферійних та етнокультурних елементів у молодіжному мовленні. Це відображає соціальні та культурні зміни у мовленні молодих людей з передмість великих міст [Boyer 2001, p. 76].

Бойє пропонує розглядати так звану *«модну французьку»* (*français branché*) як проміжний рівень між мовою молодих поколінь – більш експресивною й іноді бунтівною – та сучасною розмовною французькою. У 1980-х роках молодіжна мова була досить «пристойною» з погляду новоутворених слів, тоді як у 1990-х вона почала включати більше етнокультурних елементів, зокрема з так званої *«мови передмість»* (*langue des cités*), що відзначається значною різноманітністю [Boyer 2001, p. 75-87].

Проте такі вирази, як «*langue des jeunes*» (мова молоді), «*langue des cités*» (мова міських районів), «*langue de la rue*» (вулична мова) або навіть «*langue des ghettos*», критикуються [Amokrane, Guérin 2020, p. 77-87] як неточні, стереотипні або принизливі. Вони зміщують увагу з мовних особливостей на соціальну або етнічну категоризацію, часто асоціюючи ці мовні практики з бідністю та іммігрантським походженням, що підкреслює, що такі терміни є евфемізмами, які приховують етнічну та соціальну стигматизацію.

Зростання суспільної уваги до молодих людей північноафриканського походження (*beurs*) у ЗМІ та поглиблення кризи передмість з середини 1980-х надали цьому явищу відтінок дисидентства, а не просто соціальної відмінності чи девіації. Мовні ознаки молодіжної мови – зокрема лексичні новотвори, жаргонні форми та звороти (верлан, суфіксація) – стали маркерами ідентичності і, завдяки активній медіа-присутності, набули статусу соціокультурних стереотипів. Водночас ці стереотипи мають неоднозначний етносоціальний характер і часто залишаються об’єктом соціальної стигматизації. Крім того, такі маркери є обмеженими й не повністю відображають складність мовного явища, яке охоплює також граматичні та фонетичні аспекти [Boyer 2001, p. 75-87].

Анрі Бойє виділив три основні риси, що були помітні в медіа 1990-х років: наголос, гіпербола та риторична агресивність. До прикладів належать префікси суперлативів (*hyper*, *méga*…), слова та вирази на кшталт *grave*, *l’enfer*, *détruit*, *la haine* («страшенно», «пекло», «руйнувати», «ненависть»); використання більш-

менш жаргонних суфіксів (-os, -asse, -ave тощо); а також активне застосування верлану (зворотних форм слів), наприклад *keuf* (поліцейський) або *meuf* (дівчина) [Boyer 2001, p. 75–87].

На основі цих характеристик Бойє провів дослідження впливу такої мови серед молоді — студентів, переважно гуманітарних факультетів, у різних містах Франції (Монпельє, Париж, Лілль) у 1990-х роках. Було проведено два опитування (1994-1996 та 1997-1998) серед студентів, народжених у 1973-1979 роках, щоб порівняти два близькі часові періоди та три географічні точки [Boyer 2001, p. 75-87].

У опитуванні було зафіксовано різні думки студентів щодо «молодіжної мови». Студент із Монпельє зазначав, що заповнювати анкету було доволі складно, оскільки багато слів у ній використовувалися переважно у спонтанній розмові, а не в письмовій формі. Інший студент із Парижа підкреслив, що не існує єдиної «молодіжної мови», тому не варто узагальнювати чи оцінювати молодь, адже вона надзвичайно різноманітна за характерами та настроями, і її не можна зводити до єдиного «кастового» чи стереотипного образу.

Деякі студенти жорстко критикували стиль мовлення, який аналізувався в анкетах, вважаючи його вульгарним і таким, що «спрощує французьку мову», а іноді й засобом маргіналізації. Інші ставилися до цього більш поміркковано, визнаючи, що такі слова вже увійшли в повсякденне життя, хоча й не належать до «розвиненого» словника. Один студент із Лілля підкреслив, що молодь також здатна говорити «нормально», коли цього вимагає ситуація.

Дослідження Анрі Бойє показує, що «молодіжна мова» була різноманітною та динамічною, з помітними відмінностями між регіонами (Монпельє, Париж, Лілль) та часовими періодами. Особливо важливим є те, що учасники опитування наголошували: у 1990-х молодіжне мовлення переважно залишалося усним і рідко використовувалося у письмовій формі [Boyer 2001, p. 75-80].

Хоча молодіжне мовне середовище часто описують як «мультикультурне», реальне мовне різноманіття в лексичних запозиченнях є обмеженим. Здебільшого, запозичення походять з трьох мов: арабської, англійської та романі (мова ромів).

Особливо домінує арабська мова, з якої Анрі Бойє зафіксував 285 різних слів. Ця перевага пояснюється кількома чинниками:

1. Демографічним – велика кількість нащадків іммігрантів із Північної Африки (особливо Магрибу), які давно оселилися у Франції.
2. Ідентифікаційним – арабська стає емблемою спільної ідентичності, символом приналежності, часто з романтизованим баченням «арабськості».
3. Культурно-політичним – арабська виконує роль мовного інструменту контркультури, протиставленої офіційній, шкільній культурі, яка ігнорує мовні контакти.

Дослідження [Boyer 2001, p. 80] також вказує на кілька важливих уточнень:

– лише приблизно 20 слів арабського походження використовуються масово, незалежно від етнічного фону мовця;

– більшість мовців не володіє арабською активно – вони знають лише окремі слова, такі як *wesh*, *wallah*, *kif*, *kiffer*, *chouf*;

– тільки ті, хто має сімейний або культурний зв’язок з арабською мовою, можуть використовувати її більш різноманітно, виходячи за межі шаблонних висловів.

Цей лінгвістичний феномен пов’язують також із постколоніальними наслідками, зокрема алжирською війною та роллю арабської мови в процесах інтеграції та протесту.

О. С. Кобринець [Кобринець 2013, с. 155–158] наголошує на важливості чіткого розрізнення двох близьких, але різних понять: арґо та жаргону. Арґо не обмежується мовою певних соціальних кіл – існують також професійні арґо або

жаргони (у медіа, спорті, театрі, серед медиків, студентів тощо). Крім того, виділяють молодіжне арґо, що особливо цікаве для лінгвістів через свою динамічність і відображення соціальних процесів.

Головна функція арґо – приховна (криптична): воно дозволяє бути незрозумілим для певних осіб (батьків, поліції, вчителів). Історично ця функція існувала ще в «Палаці чудес», описаному Віктором Гюго, і зберігається у певних колах, зокрема в кримінальному середовищі чи тюрмах.

Окрім приховної, арґо виконує грайливу функцію: це мовна гра, джерело задоволення, часто використовується в рекламі. Поєднання обох функцій утворює так звану крипто-ігрову функцію: молодь створює нові слова або змінює існуючі (наприклад, через верлан) як для приховування змісту, так і для забави [Кобринець 2013, с. 156].

Арґо несе сильний емоційний заряд і дозволяє передавати тонкі відтінки висловлювань. Воно також має соціальний статусний аспект: вживання певних слів свідчить про знання моди та належність до певної групи.

Отже, причини вживання арґо різноманітні:

– зберегти таємницю, бути незрозумілим для непосвячених;

– зробити мову більш знайомою та невимушеною;

– показати свою модність і належність до молодіжних мовних та соціальних трендів [Кобринець 2013, с. 158].

Врешті-решт, арґо широко використовується у повсякденному житті та загальній мові, часто з іронією або жартом. Воно може виражати близькість, пристрасть, стриману ніжність, спокусу, показність, снобізм, поезію, легковажність. Деякі пісні, створені мовою арґо, передають сумну ностальгію.

Отже, арґо – це живий і динамічний спосіб використання мови, який збагачує повсякденне спілкування, допомагаючи передавати емоції та соціальні ідентичності.

Як зазначалося вище, «французькі мови молоді» часто насичені запозиченнями. Оскільки ми вже розглянули запозичення з арабської, не можна оминути й широкий пласт запозичень з англійської мови у сучасному молодіжному мовленні Франції.

Анна Г'єтвай [Gyetvai 2016, p. 51-60] пояснює, що запозичення є результатом взаємодії між мовами та частіше зустрічаються в усному мовленні, ніж у письмовому. Вони охоплюють усі мовні рівні, проте більшість англійських запозичень у французькій мові становлять іменники, прикметники та дієслова (97 %), тоді як інші граматичні категорії трапляються дуже рідко.

Вимова англіцизмів зазвичай адаптується до французької, хоча орфографія може змінюватися. Точну кількість англіцизмів визначити важко, оскільки вона постійно змінюється. Різні словники нараховують від 2100 до 3000 англіцизмів, тоді як деякі оцінки свідчать, що вони становлять близько 1,7 % лексикону французької мови [Gyetvai 2016, p. 60-70].

Також з'являється термін «франгліш» (*franglais*), що позначає нову, молоду та динамічну мову, яка поєднує французьку та англійську. Франгліш не є однорідним явищем і охоплює різні соціальні та мовні сфери. Словник *Le Robert* [Le Robert] дає таке визначення: «Français où l'influence anglaise (lexique, syntaxe) est prédominante» («Французька, де переважає вплив англійської мови (лексика, синтаксис)»).

Процес постійної модернізації мови найяскравіше проявляється у лексичній сфері. У цьому розвитку запозичення завжди відігравали важливу роль. Контакти з жителями інших країн та захоплення чужими культурами регулярно призводять до запозичення нових понять і, відповідно, нових слів. У таких контактах діє правило: запозичують у сильних. Сильними є ті, хто представляє більш розвинену культуру або належить до політично чи економічно домінуючих націй [Bogaards 2008, p. 97-98].

Що стосується частки англіцизмів, які з'явилися у французькій за останні п'ятдесят років, можна сказати, що їх кількість більша, ніж у попередні історичні періоди. Г'єтвай також торкається питання ставлення до англіцизмів у Франції, яке викликає протилежні думки. Одні вважають це природним і неминучим явищем, інші – загрозою для французької мови і закликають чинити сильний опір [Gyetvai 2016, p. 60-70].

Проте, враховуючи темпи лексичних інновацій, їх внесок залишається незначним. Це справедливо як в абсолютному вимірі, так і у порівнянні з іншими мовами. Нарешті, з часткою приблизно піввідсотка англіцизмів у журналістських текстах та повсякденних розмовах складно говорити про хвилю запозичень, яка могла б серйозно загрожувати французькій мові [Bogaards 2008, p. 97-98].

Різне розуміння поняття «англійське запозичення» призводить до неоднакових підходів у класифікації іноземних слів, що ввійшли до французької мови. Відомий лінгвіст XX століття П'єр Гіро у своїй роботі «Les mots étrangers» [Мусійчук 2013, с. 304-311] визначає запозичення як єдність форми і змісту – тобто слова та предмета, який воно позначає. Це визначення дає змогу поділити запозичення на п'ять типів залежно від способу їх появи та трансформації в мові-реципієнті:

- **запозичення разом зі словом і предметом** – коли і слово, і відповідний предмет або явище одночасно проникають у французьку мову в оригінальній формі. Приклад: *basket-ball*;

- **запозичення тільки слова без предмета** – коли використовується лише слово, а відповідний предмет або явище залишаються чужорідними. За словами Гіро, навіть якщо об'єкт не запозичено, часте вживання іноземного слова може призвести до його інтеграції у французьку мову, особливо якщо воно фонетично близьке до рідних форм. Приклад: *christmas pudding*, яке з часом набуло ширшого значення і стало позначати інші реалії;

- з**апозичення предмета без запозичення назви** – використання кальки або відповідника французької мови для позначення запозиченого предмета. Приклад: *dada* (англ. *hobby-horse*);

- **запозичення із формальною адаптацією** – коли слово адаптується фонетично або морфологічно, іноді утворюючи нові терміни, що можуть містити етимологічні відхилення. Приклад: *boulingrin* (з англ. *bowling green*), *contredanse* (з англ. *country-danse*);

- **запозичення зі зміною значення слова:** прикладом є французьке réaliser, яке вживається як «реалізовувати» у французькій, а під впливом англійського to realise отримало значення «усвідомлювати»; через це у мові можуть співіснувати два однакові за формою, але різні за змістом слова в різних контекстах.

Класифікація П'єра Гіро є досить загальною і застосовною до всіх мов, з якими контактувала французька [Мусійчук 2013, с. 304-306].

За М. Мусійчук [Мусійчук 2013, с. 306-311], англіцизми у французькій можна поділити на такі категорії:

- слова, запозичені з англійської без змін (наприклад, *leader, Kleenex*);
- слова, що зазнали орфографічних змін (*week-end, no-man's-land, looser* – помилкова форма слова *loser*, що означає «переможений»);
- французькі слова, значення яких розширилися під впливом англійської (*réaliser* у значенні «усвідомлювати», *contrôler*);
- слова, утворені в результаті деривації англійських слів у французькій (*medias – médiatique; kidnapper – kidnappeur*);
- терміни, створені у французькій на основі англійських елементів, які іноді називають «псевдоангліцизмами» або «faux anglicismes» (*brushing, recordman*);
- слова, що формально нагадують англійські, але побудовані за французькими правилами синтаксису (*station-service* – порядок слів як у французькій, без

прийменника, як в англійській; *vidéoclub*, іноді без дефіса, що створює ілюзію англійського походження).

Ж. Рей-Дебов подає класифікацію англіцизмів, яка виявилася настільки вдалою й сталою, що майже без змін відтворюється у працях, опублікованих майже сорок років потому [Rey-Debove, Gagnon 1980, p. 9-10]. Дослідниця виокремлює такі основні типи англіцизмів:

- **буквальні запозичення** — слова, запозичені в англійській мові й уживані без змін, у їхній первинній англійській графіці (coworking, skate, best of тощо).

- **формальні запозичення** — хибні або псевдоангліцизми, тобто слова, що походять від англійської мови або нагадують англійські форми, але в самій англійській мові не існують (slip, recordman, pressing тощо).

- **семантичні запозичення** — слова, які вже були у французькій мові, але отримали нове значення за зразком англійського терміна (finaliser, alternative, conventionnel тощо).

- **калькування** — буквальний переклад англійського складного слова чи виразу для відтворення його образу у французькій мові (soucoupe volante, gratte-ciel, lune de miel тощо).

Поза мовною класифікацією, дослідниця [Rey-Debove, Gagnon 1980, p. 11] додає ще дві категорії, що стосуються радше особливостей уживання запозичень (тобто мовленнєвих намірів мовця), а не властивостей самих слів.

- **запозичення необхідності**: слова, що дають змогу назвати чужі реалії, яких у Франції не існувало (breakfast, cowboy, mobile home); слова для позначення іноземних явищ, що вже прижилися у французькому контексті (whisky, week-end, show-biz).

- **запозичення розкоші** (*«de luxe»*) — іноземні слова, якими позначають суто французькі реалії, для яких у мові вже існує питомий відповідник (attaché-case, night-club).

Існує також група англіцизмів, що критикуються і які можна замінити французькими синонімами. Однак складно поділити англіцизми на корисні і некорисні, адже це залежить від ситуації, мети спілкування та типу тексту. Дехто вважає, що французькі еквіваленти могли б існувати, але їхнє використання залежить від суспільної та політичної волі [Мусійчук 2013, с. 308-311].

Отже, арго, верлан і мовні запозичення є важливими явищами, що відображають динаміку розвитку мови в суспільстві та виконують різні функції в комунікації.

Арго, особливо молодіжне, виконує функції криптичності: воно дозволяє приховувати зміст від непосвячених, створює емоційну та стилістичну насиченість мовлення і слугує засобом самовираження, моди та статусу в спільноті. Арго формує живий, емоційний, іноді ігровий стиль мовлення, який може бути способом солідарності або засобом дистанціювання від офіційної культури.

Верлан, як один із прийомів творення арго, є прикладом лінгвістичної гри, що збагачує словниковий запас і також виконує функцію криптичності. Він дозволяє молоді виділитися та зберігати певний рівень таємності у спілкуванні, надаючи мовленню елемент гри й творчості.

Мовні запозичення, зокрема англіцизми, є неминучим явищем у мовах, що зазнають культурних і технологічних впливів. Вони виникають через потребу позначати нові реалії, явища чи поняття, яких немає в рідній мові, або через прагнення використовувати коротші, простіші чи більш модні слова. Англіцизми іноді стають предметом суперечок щодо їхнього впливу на чистоту мови, проте вони відображають культурний і комунікативний розвиток суспільства. Водночас існують зусилля контролювати та регулювати їхнє поширення, зокрема через діяльність інституцій на кшталт Академії французької мови (*Académie française*).

Таким чином, арго та верлан постають як характерні мовні практики молодіжного середовища, де мова не лише використовується, а й твориться наново. Молодь активніше за інші соціальні групи експериментує з формами висловлювання, змінює структуру слова, наділяє вислови новими значеннями та створює власний код групової належності. У цьому контексті арго і верлан виконують не лише функцію стилістичної гри, а й стають маркерами покоління, способом виразити ідентичність, дистанціюватися від «офіційної» мови та утвердити власний простір спілкування.

Запозичення демонструють відкритість молодіжного мовлення до глобальних контактів: молоді люди найшвидше засвоюють нові іноземні слова, поширюючи їх через інтернет, популярну культуру та повсякденне спілкування. Це збагачує мову виразністю й динамічністю, але водночас порушує питання про баланс між новими впливами та збереженням національної самобутності.

Отже, усі три явища – арго, верлан і запозичення – у молодіжному мовленні відображають поєднання творчості, гнучкості та відкритості, що робить цю мовну підсистему однією з найдинамічніших і найвпливовіших у сучасному мовному просторі.

РОЗДІЛ 3
ЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ФРАНКОМОВНОГО МОЛОДІЖНОГО МОВЛЕННЯ

У цьому розділі подано опис організації та проведення емпіричного дослідження відповідно до визначеної мети та завдань роботи. Зокрема, наведено характеристику вибірки, обґрунтовано вибір методів і методик, а також представлено етапи дослідження.

Для послідовного аналізу молодіжного мовлення було досліджено франкомовний сегмент таких соціальних мереж, як Reddit, TikTok, Instagram і Threads, протягом трьох місяців (з 01.06.2025 по 20.09.2025). У дослідженні взяли участь 100 осіб віком від 17 до 30 років, що відповідає визначеному раніше сегменту «молодь» у загальному розумінні та у французькому контексті зокрема.

Для проведення лінгвістичного аналізу франкомовного молодіжного мовлення була розроблена методика дослідження, що включає такі етапи:

- жанрова класифікація соціальних мереж, користувачі яких увійшли до вибірки;

- визначення віку, статі та соціальної ролі мовців;

- аналіз лексичних, граматичних та синтаксичних особливостей писемного та усного мовлення мовців;

- виявлення взаємозв’язку між соціальною характеристикою мовців та особливостями їхнього мовлення.

Вибір саме цієї методики зумовлений тим, що вона дозволяє найповніше охопити специфіку досліджуваного явища та забезпечити надійність і валідність результатів.

Для виділення жанрових різновидів ми спиралися на типологію Н. О. Гудзь, яка, на нашу думку, найбільш адекватно відображає специфіку сучасного інтернет-дискурсу. Саме за цією схемою було здійснено жанрову класифікацію використаних нами соцмереж.

1. Reddit.

Критерії виділення:

a) за структурністю та композиційністю, дану платформу ми віднесли до *дискурсоформуючих* жанрів, а саме до жанру *форуму*, оскільки за визначенням науковців [Hai Liang 2014, p. 497] даний жанр є асинхронною дискусійною платформою, що дозволяє учасникам публікувати пости, відповідати в темах, долучатися до обговорень, незалежно від часу чи географії. Онлайн-платформа Reddit відповідає даним критеріям, оскільки є дискусійною платформою з близьким до даного визначення алгоритмом роботи;

b) за принципом взаємодії, дану платформу ми віднесли до жанру *«один-багатьом»,* а саме до *новинних груп*, оскільки на платформі Reddit присутні новинні групи, такі як *FranceDetendue, QuebecFinance, jeuxvideo, Nantes, Lille* та інші тематично спрямовані або загальнодоступні канали, де публікуються новини світового, державного і регіонального масштабу. Цей тип ми пов'язуємо з жанром форуму, адже всі отримувачі новин мають змогу обговорити їх у коментарях та висловити свою думку, або розповісти про власний досвід в тій чи іншій ситуації;

c) за комунікативною функцією, платформу Reddit ми віднесли до *фатичних*, як жанр форуму, та *загально-інформаційних*, як жанр новинних груп;

d) за тематичною спрямованістю, дану платформу віднесено до жанру *непрофесійного спілкування*, оскільки платформа Reddit містить у собі також дискусійні групи, такі як AskFrance, penseededouche та ін., а також до *розважального* жанру, оскільки на платформі також містяться канали накшталт Dinosaure, де висміюється гумор «міленіалів», та actu_memes, де публікуються меми на актуальні громадські або політичні теми;

e) за походженням, платформу Reddit ми віднесли до власне мережевих (неканонічних), як жанр *форуму*.

2. Instagram

Критерії виділення:

a) за структурністю та композиційністю, дану платформу ми віднесли до *дискурсоформуючих* жанрів, а саме до жанру *блогу*, оскільки за визначенням американського словника Merriam-Webster поняття «блог» трактується так: «вебсайт, що містить особисті роздуми, коментарі та часто гіперпосилання, відео та фотографії, розміщені автором» та «сайт, на якому хтось пише про свої переконання, діяльність та досвід» [Гудзь 2015, с. 61-87]. Онлайн-платформа Instagram відповідає даним критеріям, оскільки є соцмережею, яка представляє собою збірку блогів мільйонів людей, з близьким до даного визначення алгоритмом роботи;

b) за принципом взаємодії, дану платформу ми віднесли до жанру *«один-багатьом»,* але також і *«один-одному»* з таких причин: як ми зазначали вище, Instagram виконує функцію *блогу*, але також ця соцмережа має можливість надсилати особисті *миттєві повідомлення*, тому ми вважаємо доцільним включити до цього критерію обидва жанри;

c) за комунікативною функцією, платформу Instagram ми віднесли до *інформативних*, як жанр інституційних веб-сторінок, оскільки дана платформа містить у собі як особисті блоги політичних діячів, так і інформаційні сторінки державних інституцій, громадських організацій, державних медіа і т.д.; *директивних*, як жанр *інтернет-магазинів*, оскільки багато підприємців обирають дану платформу для власної офіційної сторінки продажу, а також сама платформа має функцію активації бізнес-акаунтів, що надає особливі можливості та переваги для бізнес-користувачів; *презентаційних*, як жанр *особистого блогу*, що є основним спрямуванням платформи;

d) за тематичною спрямованістю, дану платформу віднесено до жанру *загально-інформаціних*, як жанр *новинних груп*, які публікуються на офіційних сторінках локальних та державних медіа; *розважальних*, оскільки

платформа містить у собі безліч розважальних сторінок, які публікують жарти, меми та жартівливі відео на різноманітні теми;

e) за походженням, платформу Instagram ми віднесли до власне мережевих (неканонічних), як жанр *соціальної мережі*.

3. TikTok

Критерії виділення:

a) за структурністю та композиційністю, дану платформу ми віднесли до *дискурсоформуючих* жанрів, а саме до жанру *блогу,* зокрема *відео-блогу, оскільки специфіка даної платформи будується більш на відео, ніж на текстовому- або фото-блогу* [Гудзь 2015, с. 61-87]. Онлайн-платформа TikTok відповідає даним критеріям, оскільки є соцмережею, яка представляє собою збірку блогів мільйонів людей, з близьким до даного визначення алгоритмом роботи;

b) за принципом взаємодії, дану платформу ми віднесли до жанру *«один-багатьом»,* але також *і «один-одному»* з таких причин: як ми зазначали вище, TikTok виконує функцію відео-блогу, але також ця соцмережа має можливість надсилати особисті *миттєві повідомлення*, тому ми вважаємо доцільним включити до цього критерію обидва жанри;

c) за комунікативною функцією, платформу TikTok ми віднесли до *директивних*, як жанр *інтернет-магазинів*, оскільки багато підприємців обирають дану платформу для власної офіційної сторінки продажу, а також сама платформа має функцію активації бізнес-акаунтів, що надає особливі можливості та переваги для бізнес-користувачів; *презентаційних*, як жанр *особистого блогу*, що є основним спрямуванням платформи;

d) за тематичною спрямованістю, дану платформу віднесено до жанру *загально-інформаціних*, як жанр *новинних груп*, які публікуються на офіційних сторінках локальних та державних медіа; *розважальних*, оскільки платформа містить у собі безліч розважальних сторінок, які публікують жарти, меми та жартівливі відео на різноманітні теми; *дискусійних*, оскільки

на платформі є можливість прямих ефірів у співпраці з іншими користувачами, що дозволяє проводити онлайн-дискусії на різноманітні теми;

e) за походженням, платформу TikTok ми віднесли до власне мережевих (неканонічних), як жанр *соціальної мережі*.

4. Threads

Критерії виділення:

a) за структурністю та композиційністю, дану платформу ми віднесли до *дискурсоформуючих* жанрів, а саме до жанру *блогу,* а саме *текстового блогу* [Гудзь 2015, с. 61-87]. Соцмережа Threads відповідає даним критеріям, оскільки є соцмережею, яка представляє собою збірку текстових блогів мільйонів людей, з близьким до даного визначення алгоритмом роботи;

b) за принципом взаємодії, дану платформу ми віднесли до жанру «*один-багатьом»,* як жанр *текстового блогу*;

c) за комунікативною функцією, платформу Threads ми віднесли до *директивних*, як жанр *інтернет-магазинів*, оскільки багато підприємців обирають дану платформу для власної офіційної сторінки продажу; *презентаційних*, як жанр *особистого блогу*, що є основним спрямуванням платформи;

d) за тематичною спрямованістю, дану платформу віднесено до жанру *загально-інформаціних*, як жанр *новинних груп*, які публікуються на офіційних сторінках локальних та державних медіа; *розважальних*, оскільки платформа містить у собі безліч розважальних сторінок, які публікують жарти, меми та жартівливі відео на різноманітні теми; *дискусійних*, оскільки на платформі є можливість відповідати на пости інших користувачів та обговорювати їх у коментарях.

e) за походженням, платформу Threads ми віднесли до власне мережевих (неканонічних), як жанр *соціальної мережі*.

Задля ефективного розкриття наявних завдань, нами було досліджено як текстові, так і відео-матеріали, де присутнє використання франкомовного молодіжного мовлення.

Відповідно до наведеного у даній роботі визначення «молоді» та «молодіжного мовлення», ми обрали 100 користувачів даних соцмереж віком від 17 до 30 років, жіночої та чоловічої статі, які публікують повідомлення на обраних платформах французькою мовою, оскільки це визначені у попередньому розділі вікові межі для більшості наведених визначень поняття «молодь». Відповідно, наведемо відсоткове співвідношення віку учасників дослідження:

- 17-20 років: 34 учасники, 34%, 20 жінок, 14 чоловіків;

- 21-25 років: 43 учасники, 43%, 22 жінки, 21 чоловік;

- 26-30 років: 23 учасники, 23%, 5 жінок, 15 чоловіків, 3 небінарні особи.

Слід зазначити, що стать та гендер учасників дослідження було визначено за допомогою їхніх особистих профілів на досліджених платформах, або ж у власне опублікованих ними постах. Цікавою особливістю текстових форумів, таких як Reddit та блогів, таких як Threads, було те, що вік та стать учасники дискурсу пишуть літерою та цифрою, де літера визначає стать (H – homme, або M – masculin, F – femme, féminin), а цифра – вік. До прикладу, користувач Perruchequifaitrire позначає себе, як «F 17», що демонструє її стать (F – femme) та вік (17 років) — див. Додаток А.

У випадках, коли зазначений вік, але не зазначена стать, ми використовували граматичні правила у текстах задля розуміння статі учасника дискурсу. Наприклад, користувач xvj420 зазначає, що йому 19 років (*j'ai 19 ans*), але не зазначає стать. Але наводячи прикметник sensé (розсудливий), користувач використовує узгодження (*je suis sensée*), що вказує на жіночий рід, а отже, дана особа є жіночої статі – див. Додаток В.

У дослідженні також використано текстові блоги небінарних персон, які не визначають свій гендер як чоловічий чи жіночий, і віддають перевагу нейтральним займенникам they/them англійською, або il/iel французькою, що вони вказують у своєму профілі, як, наприклад, користувач Aries на платформі Threads – див. Додаток С.

На відміну від текстових блогів, відео-блоги є простішими у визначенні статі, оскільки ми можемо бачити живе зображення людини і визначити її стать таким чином, якщо у описі профілю людини не зазначено інше. Вік учасників, які відібрані з сегменту відеоблогів, також зазвичай вказується у них на сторінці, або ж у закріплених відео про їхнє життя та день народження.

Щодо соціальної ролі учасників дослідження, ми розподілили їх на п’ять основних груп:

- школярі або студенти;
- інфлюенсери;
- працівники медіа;
- працівники інших галузей;
- не працевлаштовані/невідомо.

У відсотковому співвідношенні, відсоток школярів або студентів складає більшість учасників: 34% всіх досліджених, інфлюенсери (відомі блогери) складають 15% всіх досліджених, 16% працівники медіа, 27% працівників інших галузей (мистецтво, менеджмент, виробничі професії), 8% віднесено до останньої категорії, які є або не працевлаштованими, або їхня соціальна роль невідома.

Слід зазначити, що за результатами дослідження, молодь користується всіма вище згаданими платформами однаково, незважаючи на вік, стать чи гендер, та не віддаючи перевагу якійсь одній платформі у зв’язку з віком. Так, користувачі 17-20 років можуть користуватись і форумом Reddit, і соцмережею TikTok, що ніяк не впливає на вік, стать чи соціальну роль користувачів.

3.1 Особливості мовлення користувачів 17-20 років і 21-25 років (школярі, студенти, блогери)

До цієї категорії досліджуваного матеріалу ми віднесли публікації, створені особами 17-25 років, які здебільшого є школярами, студентами або вже працевлаштованими. Ми вирішили розпочати з текстових повідомлень (постів) на платформах Reddit та Threads.

Як зазначалося в жанровому аналізі джерел інформації, до жанру форуму ми віднесли платформу Reddit, яка становить 50% нашої вибірки прикладів молодіжного франкомовного письмового мовлення. Хоча користувачами Reddit є представники різних гендерів, вікових категорій і соціальних ролей, у дослідженні ми зосередилися на тих, хто належить до категорії молоді, тобто осіб віком від 17 до 30 років, які вказували свій вік і стать у власних публікаціях або коментарях.

На основі контент-аналізу було виявлено такі особливості франкомовного молодіжного мовлення на платформі Reddit, притаманні для молоді віком від 17 до 20 років:

1. Використання скорочених форм (апокопа) та абревіатур: Скорочення слів (апокопа) є розповсюдженим явищем у франкомовному інтернет-мовленні, але найвиразніше воно проявляється саме у молодіжному середовищі. До прикладу, користувачі активно вживають форми *resto* замість restaurant, modif. замість modifiée, fac – faculté, métas – métadonnées.

Абревіатури трапляються дещо рідше, але також є помітним явищем. Наприклад, слово crous (яке користувачі часто пишуть малими літерами) є абревіатурою від CROUS – Centre Régional des Œuvres Universitaires et Scolaires (Регіональний центр університетських та шкільних робіт); користувач BurrowShaker: «*Pour que ça passe, il faut vraiment se sortir les doigts et faire soi même,* ***le crous****, la bourse, les inscriptions fac, un compte en banque, …*». У формальних контекстах воно пишеться великими літерами, але

в публікаціях Reddit нерідко зустрічається у вигляді *crous*, що демонструє неформальність письма.

Крім того, користувачі застосовують скорочення *rdv* замість rendez-vous, *tt* замість tout, а також *Tkt* – скорочення від *t'inquiète*, що означає «не хвилюйся», «все нормально»; користувач MariaKalash: «***Tkt**, hier j'ai lu un commentaire où quelqu'un a osé ressortir «on recapépète» des enfers où on avait banni cette horreur*».

Зіставлення вікових груп показує, що апокопа поширена у всіх трьох вікових групах, тоді як абревіатури переважають у повідомленнях користувачів віком 21-25 років, переважно студентів. Школярі (17-20 років) теж активно користуються скороченнями, розглядаючи їх як елемент «свого» стилю спілкування.

Так само, як і на платформі Reddit, використання *апокопи й абревіатур* є однією з найхарактерніших ознак мовлення молоді у Threads, хоча найчастіше зустрічається саме абревіація. Апокопи представлені типовими для молодіжного дискурсу прикладами: *fac (faculté), bac (baccalauréat)*, а також новішими формами, як-от *dispo (disponible)* – «вільний», «маю час».

На відміну від Reddit, у Threads спостерігається більша кількість штучно створених скорочень, характерних саме для онлайн-комунікації:

- qd замість quand («коли»),

- svp замість s'il vous plaît («будь ласка»), та інші подібні форми.

Ці явища найактивніше використовують користувачі віком 17–25 років, особливо студенти, працівники виробничих професій та тимчасово непрацевлаштована молодь.

Основною мотивацією є прагнення економити час і кількість символів, адже платформи типу *Threads* мають обмеження на довжину постів. Отже, такі скорочення виконують одночасно прагматичну функцію економії та комунікативну функцію вираження неформальності.

2. Використання англійських слів у франкомовних текстах: Використання англійських слів і виразів у франкомовних постах на Reddit є

одним із найпоширеніших явищ. Особливо активно воно виявляється серед молодших користувачів (17-20 років) та студентів (21-25 років).

Найчастіше трапляються англомовні абревіатури:

- OP (original post) – вживається у відповідях користувачів на коментарі до опублікованого ними посту;

- CC (carbon copy) – позначає цитування або відповідь на цитату, див. Додаток D;

- DM (Direct Message) – «особисте повідомлення».

Також поширені цілі англомовні слова й вирази: *throwaway* (одноразовий акаунт: un compte throwaway), *facetime* (відеодзвінок), let's play (жанр відео, де блогер коментує гру), *Hello замість Bonjour, lol* (Laughing Out Loud) – «дуже голосно сміятися», див. Додаток E.

Окрім цього, зустрічаються приклади запозичень із додаванням артиклів: *un deal (угода), un millenial (міленіал), un boomer (бебі-бумер),* в особливості фрази «*Ok boomer*»: користувач BadgerMushroom у Reddit використовує цю фразу як своєрідний сарказм до автора статті, що звинувачує молодь у лицемірстві щодо захисту клімату.

До скорочень варто віднести також англомовні апокопи назв соцмереж: insta (Instagram) та tikto (TikTok).

Віковий аналіз показує, що користувачі 17-20 і 21-25 років активно вживають як англомовні абревіатури, так і прямі запозичення. З точки зору зайнятості, школярі та студенти використовують англомовні елементи як форму мовної гри та економії, що дозволяє підкреслити приналежність до молодіжного середовища.

Серед окремих категорій користувачів (переважно 17-20 років) виявлено явище вживання англійських ідіом та виразів у мові оригіналу або у перекладеній формі.

Наприклад, фраза *zero to hero* використовується молодими користувачами для позначення перетворення «з нічого» на «когось значущого», що часто зустрічається у геймерському контексті; користувач

Rookstar74: «*Ça se prête bien à la narration, j'aime bien ce genre de petites histoires ou regarder quelques* ***let's play*** *(avec montage) du genre* ***zero to hero***». Інший приклад – перекладена ідіома «j'appelle la police» (від I'm calling the police), яка використовується у жартівливому або іронічному значенні як реакція на щось неприйнятне чи аморальне. Такі вирази є найтиповішими для школярів і студентів, що свідчить про вплив англомовних мемів і медіакультури.

На платформі Threads англомовні запозичення трапляються надзвичайно часто. Їх можна поділити на загально-розмовні та тематично спрямовані.

До загально-розмовних належать такі слова, як *fun, package, team* – вони широко вживаються у міжнародному цифровому просторі та не адаптуються під французьку мову. Тематично спрямовані англіцизми є яскравішими та вужчими за значенням:

- prime (у значенні «найкращий час», «пік активності»),
- girlboss («крута дівчина», «діловитий лідер»),
- lypsinc (термін із соцмереж, де користувач відкриває рот під пісню),
- le serv est down (скорочення від le serveur est down – «сервер не працює»): «*Et le serv est down donc je peux pas le signaler*», пост користувача aries_baggins.

Ці слова найчастіше використовують користувачі 17-27 років, що пов'язано з активним споживанням англомовного контенту.

Отже, мовні інновації у Threads є відображенням ширших соціолінгвістичних процесів – гібридизації мовних кодів, демократизації комунікації та зростання ролі емоційного аспекту в цифровому дискурсі. Такі явища слід розглядати не як випадкові елементи молодіжного жаргону, а як ознаки нової норми франкомовного інтернет-спілкування, у якій поєднуються традиційна французька структура, глобальні запозичення та прагнення до експресивності.

3. Використання верлану: Верлан – один із найбільш стабільних елементів молодіжного мовлення, який активно вживають усі вікові групи та соціальні категорії. Найпоширенішими словами є mec (чоловік), meuf (жінка), le tromé (métro). Їх використовують як молодь віку 17-25 років, так і 26-30 років, проте у інших формах, що демонструє універсальність цієї форми та її глибоку інтеграцію у сучасну французьку мову. До прикладу, ось так користувач Intelligent_Sector64 використовує верлан у своєму дописі на Reddit: *«J'aimerais aborder avec **une meuf** mais j'ai zéro expérience, comment faire ?»*.

4. Розмовне мовлення у письмовій формі: Розмовні вирази у письмовому мовленні є однією з головних рис інтернет-дискурсу. Вони зустрічаються у всіх типах текстів, але особливо часто – серед користувачів віком 17-25 років, насамперед студентів і молодих працівників. Найпоширенішими є:

- la paperasse – «нудна паперова тяганина»; приклад користувача Wrong-Cardiologist68 на Reddit: «*Le «problème» c'est que tout ce qui est **paperasse** / administratif (assurances, sécurité sociale, impôts, chômage, statut cadre ou employé «normal», etc.) j'y connais rien*».

- chialer – «плакати», «ридати» (розмовне, грубувате); користувач xvj420: «*je sais pas pourquoi mais ça m'a mis un sacré coup et ça fait une bonne quinzaine de minutes que j'arrête pas de **chialer** sur mon lit*»;

- la daronne (арго) – «мати, мамця», «*Tchatcher **une daronne** bonne idée ?*», пост користувача Intrepid_Truth_1665;

- partir en sucette – «піти шкереберть», «з'їхати з глузду», «вийти з-під контролю»: «*Ce qui constitue... Du travail dissimulé, dénonçable à l'URSSAF. Un levier sympa si **la daronne part en sucette***», пост користувача Latter_Ninja_4605;

- connasse – жіноча форма від con («дурень», «ідіот»): «*Tu peux tjr rester pour la baiser mais c'est finito là, et elle attend que ça d'ailleurs, elle veut juste pas assumer d'être **une conasse**…*», пост користувача PrizeSad9287;

- des flippettes – «панікери» (від flipper – «боятися»), «*Je suis **une flippette** des punaises de lit ou autre insectes*», пост користувача PetitefleurM;

- foutre un bazar – «створювати безлад», «влаштовувати хаос»; користувач «*je fais les sanitaires du premier etage, ça m'a pris un peu de temps car ma soeur fout **un bazar** pas possible dans la salle de bain*»;

- vala – скорочена форма *voilà*.

Студенти та працівники інших сфер використовують розмовні елементи більш спонтанно, для вираження емоцій чи жартівливості.

Проведене дослідження показало, що мовні особливості франкомовного форумного дискурсу на Reddit істотно різняться залежно від віку та зайнятості користувачів:

- 17-20 років (школярі, студенти): активне використання апокоп, абревіатур, англіцизмів, фраз типу *zero to hero або j'appelle la police*; спостерігається висока експресивність і часте нехтування орфографічними нормами;

- 21-25 років (студенти, молоді фахівці): поєднання мовної економії (апокопи, абревіації) з англомовними та романськими запозиченнями; свідоме використання верлану; часте застосування розмовних елементів.

Отже, явища апокопи, абревіації, верлану, франглішу та розмовних елементів не лише зберігають актуальність у сучасній французькій мові, а й виступають соціолінгвістичними маркерами віку, професії та медійної ідентичності. Форумне мовлення демонструє гібридність сучасної цифрової комунікації, де письмова форма функціонує за законами усної, а мова стає не лише засобом спілкування, але й інструментом самовираження, соціального позиціонування та культурної приналежності.

Наразі розглянемо особливості молодіжного мовлення у блогах Instagram та TikTok. Хоча другу платформу ми віднесли до жанру відео-блогу, у цьому дослідженні розглядатимемо обидві платформи з точки зору відео-сегменту.

На відміну від текстових блогів і форумів, відео-блоги характеризуються меншою потребою в економії мовних засобів, оскільки тут відсутні технічні обмеження на кількість символів. Саме тому абревіатури у мовленні відеоблогерів зустрічаються вкрай рідко.

Серед користувачів віком 17–20 років (школярі, студенти) *апокопи* мають природний характер і відображають неформальність спілкування. Студенти віком 21–25 років використовують їх для створення ефекту «живого мовлення» перед камерою, що підсилює відчуття автентичності.

Таким чином, у відео-блогах апокопа зберігає свою функцію маркера молодіжності, проте не виконує роль економії часу, як у письмових форматах.

5. Вплив англомовного сегменту

Категорія англійських слів і виразів у франкомовних відео є наймасштабнішою серед усіх жанрів молодіжного цифрового мовлення.

Це пояснюється тим, що англомовний сегмент TikTok та Instagram є домінуючим, і франкомовні користувачі часто імітують мовні тенденції глобального простору, наслідуючи відомих блогерів.

Прикладами таких запозичень є:

- packaging замість emballage;
- trigger warning – «попередження про потенційно травматичний контент»;
- side eye – «погляд з осудом або підозрою»;
- DIY (Do It Yourself) – «зроби сам»;
- mix and match – «поєднувати елементи на власний смак», «C*'est bien de* ***mix and match*** *un peu*», канал інфлюенсерки aliceundergroundpodcast у TikTok, її частими гостями є молоді виконавці та блогери.

Таке розмаїття англіцизмів, часто вживаних без перекладу та навіть без французького перекладу, відображає тенденцію до глобалізації молодіжного мовлення.

Для молодших користувачів (17-20 років) англіцизми виступають радше як меметичні чи наслідувальні елементи, що формують групову ідентичність.

Таким чином, англомовні запозичення виконують соціолінгвістичну функцію – демонструють рівень цифрової інтегрованості, професійний статус та культурну відкритість користувача.

Натомість молодші користувачі (17-20 років) обмежуються вживанням верлану або легких жаргонізмів, уникаючи надмірної лайки.

Таким чином, відео-сегмент демонструє найвищий рівень емоційної експресії серед усіх видів молодіжного цифрового дискурсу.

- 17–20 років (школярі, студенти): переважає верлан, апокопи, кальковані англіцизми, мінімум лайки. Мова відображає спонтанність і групову ідентичність.

- 21–27 років (студенти, блогери, працевлаштовані): активне використання англіцизмів, експресивних фраз, жаргону. Мета – створити сучасний, «глобалізований» стиль.

У цілому відео-блоги Instagram і TikTok відображають еволюцію молодіжного франкомовного мовлення – від простого наслідування тенденх цій до свідомого формування персонального мовного бренду.

Вікові та професійні фактори визначають не лише інтенсивність, а й функцію мовних явищ: від самовираження до стратегічного позиціонування у медіапросторі.

3.2 Особливості мовлення користувачів 26–30 років (інфлюенсери, працівники різних сфер, особи без офіційного працевлаштування)

Блогери, інфлюенсери та працівники медіа (26-30 років) вживають такі ж форми, як і молодь віком 21-25 років, але тенденції мовлення дещо відрізняються.

1. Розмовне мовлення у письмовому форматі: Останньою, але не менш важливою рисою молодіжного мовлення старшої підгрупи досліджуваних осіб у Threads є спроба передати інтонацію усної мови засобами письма. Серед основних прийомів: використання великих літер для передачі крику або емоційності; ігнорування пунктуації; подвоєння голосних для створення ефекту інтонаційної хвилі.

Приклади виразів, які відображають усне мовлення:

- je craque («я здаюся»);
- filer un truc («підказати щось», «підкинути ідею»), допис користувача yb_photographer: «*Ça me rappelle quand je m'étais inscrit en intérim, tout le monde me disait «appelle tous les jours, harcèle-les, ils vont te* ***filer un truc****»...*»;
- bosser («працювати, вкалувати»), приклад користувача Nflyy: «*vous correspondez au poste et après ça ose dire « les jeunes ont pas envie de* ***bosser***»;
- boulot («робота»);
- bichette («мила», «кицюня»; у певних контекстах – іронічно, «дорогенька»), «*mais* ***bichette*** *c'est pas notre faute si t'es incapable de ressentir du bonheur autrement qu'en étant un déchet*», користувач aries_baggins.

Ця група явищ характерна насамперед для користувачів 21-30 років, зокрема корпоративних працівників і робітників інших професій, які у своїх текстах поєднують неформальність і професійну риторику.

Проведене дослідження показало, що франкомовне молодіжне мовлення у Threads формується під впливом кількох ключових тенденцій:

- активне використання апокопи й абревіатур (найчастіше студентами й молоддю 17-25 років);

- поширення англомовних запозичень і навіть системи «індикаторів тону» (характерне для 17–27 років, усіх типів зайнятості);

- використання верлану, жаргону й політичних термінів (частіше у 21–30 років);

- намагання передати інтонаційність і емоційність письма, властиве користувачам 21-30 років.

З соціолінгвістичної точки зору, ці явища виконують ідентифікаційну, комунікативну й емоційну функції. Вони маркують належність до певних груп – інфлюенсерів, корпоративних працівників, політичних активістів, – і водночас створюють ефект близькості, неформальності та живого спілкування.

Імовірними причинами появи цих тенденцій є:

- прагнення економії часу та символів у межах обмеженого формату постів;
- вплив англомовного простору;
- потреба у вираженні емоційності та іронії;
- адаптація письма до темпу й виразності усного мовлення.

Особливо цікавим феноменом є використання англомовних «індикаторів тону», запозичених безпосередньо з англомовного сегмента Threads. Цей тип комунікації розвинувся серед нейровідмінних користувачів, які просять позначати емоційний тон повідомлень, щоб уникати непорозумінь. Прикладом є пост користувача Aries, 27 років, який просить застосовувати такі маркери: /j (joking – жартую), /s (sarcastic – саркастично), /srs (serious – серйозно), /t (teasing – дражню), /nm (not actually mad – не сердитий), див. Додаток F.

Використання цієї системи не має чіткої вікової прив’язки, тому її можна вважати загальноплатформним феноменом Threads, який демонструє тенденцію до уніфікації комунікаційних кодів і міжмовної взаємодії.

Користувачі 21-27 років, особливо інфлюенсери та працівники медіа, свідомо застосовують англіцизми як інструмент стилізації, щоб бути «у тренді», охопити ширшу авдиторію та підкреслити свою належність до міжнародного культурного простору.

Люди віком 26-30 років застосовують англіцизми рідше, переважно лише для технічних термінів (OP, CC, DM).

2. Верлан і жаргон

Використання верлану (*clochard, charo, faire foutre, faire foutre la honte*) у відео-блогах не має значних відмінностей від текстових платформ. Натомість жаргон і лайка проявляються набагато частіше й більш емоційно.

Типові приклади:

- clochard – «бідняк, босяк»;
- charo (скор. від charognard) – «людина, яка активно полює на увагу чи вигоду»;
- faire foutre! – «йди до біса!»;
- foutre la honte – «зганьбити, соромити когось»; «***Tu me fous la honte****, moi, qui t'ai soutenu en public, face à la communauté*», блогер enzoreads у TikTok;
- mettre les pendules à l'heure – «поставити все на свої місця»; «*La maman de Tatiana qui lui* ***a vraiment mis les pendules*** *à l'heure de ce petit* ***clochard***», блогер enzoreads у TikTok;
- merde! – «лайно!»;
- cochon! – вигук здивування;
- chipie – «стерво», «*après s'excuse pas son comportement de* ***chipie***», блогер enzoreads у TikTok, описуючи та аналізуючи одну з популярних у Франції телепередач Love Is Blind.

Такі елементи найчастіше трапляються у мовленні користувачів віком 21-30 років, серед яких переважають блогери, медійники та фрілансери. Вони використовують експресивну лексику як засіб емоційного впливу на аудиторію.

Як і у Reddit, користувачі Threads активно застосовують верлан (meuf, mec, pote) – типову ознаку французького молодіжного мовлення. Однак з'являються й нові форми, наприклад un boug (спотворене від goube, що, ймовірно, походить від guy/gars і означає «чувак»). Жаргонні слова поділяються на загальновідомі та спеціалізовані.

Загальновідомі:

- Fnac – назва національної мережі магазинів, уживана як частина розмовного коду;

- taf bof – поєднання taf (travail à faire) і міжвигуку bof, що означає «робота без задоволення». Цей вираз характерний для користувачів 21-30 років, особливо офісних працівників і тих, хто шукає роботу, бо позначає байдужість або втому від роботи: «*Bref ...Essaie la vente en boulangerie,* ***taf bof*** *mais ça recrute non stop*» (допис користувача yb_photographer).

Спеціалізований жаргон застосовується переважно користувачами старше 25 років, активними у політичних і громадських дискусіях:

- les fachos (скорочення від les fascistes) – «ультраправаки»;
- un gaucho (скорочення від un gauchiste) – «лівак».

Наприклад, «***Les fachos*** *ils trouvent aucun fun dans leur vie de raclure*», «*Donc la y a* ***un boug*** *qui se fait appeller «larmes de* ***gaucho****» qui efface des dessins mignons ?*» (пости користувача aries_baggins)

Ці слова використовуються політично активними користувачами – борцями за права меншин, громадських активістів, учасників дебатів. Вони виконують функцію маркування політичної позиції та водночас спрощують комунікацію в умовах швидких онлайн-дискусій.

Таким чином, спеціалізований сленг у середовищі дорослiших користувачів (25-30 років) стає інструментом ідентифікації та самовираження у публічних темах.

Інфлюенсери і працівники інших спеціальностей застосовують апокопу рідше, частіше у неформальних контекстах або для створення ефекту природності. Таким чином, апокопа має універсальний характер, тоді як абревіація є більш типовою для освічених молодих користувачів, зокрема студентів.

Натомість інфлюенсери, які працюють у медіапросторі, часто свідомо використовують англіцизми, щоб створити ефект сучасності та глобальності – це елемент їхнього публічного іміджу. Таким чином, використання англійських елементів має різні функції: для одних – це зручність і швидкість

спілкування, для інших – стиль і засіб позиціонування в глобальному дискурсі.

Прикладами таких запозичень є:

- donner … vibes (калька з giving … vibes) – «створювати певну атмосферу, подавати енергетику»; «*Il me fait trop peur, il me donne* ***criminel vibes***», блогер enzoreads у TikTok;
- toxique – «токсичний» у значенні «шкідливий для емоційного стану»;
- gaslight – «маніпулювати, змушувати сумніватися у власній реальності»; «*Il est trop* ***toxique****, il* ***gaslight*** *Kim à longueur du journée*», блогер enzoreads у TikTok;
- next замість suivant – «наступний»; «*Toi aussi, vas-y,* ***next****, t'es aussi* ***toxique***»; блогер enzoreads у TikTok;
- broke – «бідний», калька з англійського сленгу.

3. Інші іншомовні запозичення:

Окрім англійської, на Reddit активно фіксується вживання слів з інших мов, переважно з іспанської та італійської. Наприклад: *gratos* (з ісп. – «безкоштовний»), et basta (з італ. – «і кінець», «і все»). Наприклад, пост на сторінці r/Spanish: «*Maintenant, j'essaie de créer un bon groupe de personnes qui veulent apprendre l'espagnol à partir de zéro, comme je vous le dis, totalement* ***gratos***». Ці форми найбільш характерні для користувачів віком 21-30 років, незалежно від зайнятості. Така тенденція свідчить про культурний вплив сусідніх країн – Іспанії та Італії – та про відкритість французької мови до засвоєння іншомовних лексем.

Для молоді такі слова звучать «екзотично» чи «стильно», тому використовуються для надання емоційного забарвлення чи створення певного іміджу. Соціолінгвістично це може бути маркером «просунутого» мовця або належності до глобалізованого культурного простору, що особливо притаманно молодим фахівцям і медійним працівникам.

Характерною рисою є відсутність пунктуації чи наголосу таких повідомленнях, що демонструє прагнення молоді до швидкого,

невимушеного спілкування. Для інфлюенсерів подібна манера письма є частиною побудови образу «доступного» мовця, який «говорить, як усі».

- 26-30 років (інфлюенсери, працівники різних сфер): рідше використовують скорочення, але активно вживають іншомовні слова та вирази як засіб самопрезентації та стилізації під глобалізований дискурс.

- 28-30 років (інфлюенсери, працівники різних сфер): активніше використання сленгу та лайки, та свідоме застосування англомовних термінів як стильового інструменту та маркера приналежності до тої чи іншої спільноти.

Дослідження показало, що молодіжне франкомовне мовлення (віку 26-30 років) у Threads характеризується поєднанням розмовних, емоційних і стилізованих елементів письма. Користувачі віком 21-30 років, зокрема блогери, інфлюенсери та медійники, активно використовують верлан, жаргон, лайку та англомовні запозичення, прагнучи передати інтонацію усної мови, створити ефект близькості та виразити свою належність до певних соціальних і професійних груп.

Інфлюенсери та інші особи старшої групи (26-30 років) рідше застосовують апокопу та скорочення, натомість свідомо використовують англіцизми як елемент стилізації та самопрезентації у глобалізованому медіапросторі. Використання спеціалізованого сленгу, політичних і культурних термінів служить засобом ідентифікації, комунікації та емоційного впливу на аудиторію.

Загалом, мовленнєві практики у Threads відображають прагнення до економії часу, вираження емоційності, іронії та адаптації письма до швидкого темпу онлайн-спілкування, а також демонструють відкритість французької мови до міжмовних впливів.

Отже, соціолінгвістичне значення сучасного франкомовного інтернет-мовлення полягає у кількох ключових аспектах:

а) формування ідентичності та належності до соціальних, вікових чи професійних груп через вибір мовних засобів;

b) відображення цифрової та глобальної комунікації: англомовні та романські запозичення стають інструментом інтеграції у світовий культурний простір і маркування сучасності;

c) створення ефекту неформальності та спільності через апокопу, абревіатури, сленг і верлан, що дозволяє користувачам ефективно та емоційно взаємодіяти у межах спільнот;

d) гібридизація письмової та усної мови, що демонструє адаптацію мови до умов швидкої цифрової комунікації та прагнення передати емоції й інтонацію у письмовому форматі.

4. Розмовне мовлення у відео-блогах

Мовлення у відео-блогах відзначається високим рівнем емоційності, імпровізованості та спонтанності, що суттєво відрізняє його від текстових жанрів.

Тут активно застосовуються:

- повторення для посилення емоційності;
- інтонаційні коливання для вираження сарказму;
- розмовні конструкції на кшталт ben voilà, tu vois, genre, t’sais quoi.

Для інфлюенсерів і медійників така манера є частиною професійного стилю – створює ефект близькості з аудиторією. Студенти та звичайні користувачі використовують подібні форми, щоб підтримати природність і невимушеність мовлення.

Отже, сучасне франкомовне інтернет-мовлення є важливим соціолінгвістичним феноменом, який відбиває вікові, соціальні та культурні особливості користувачів. Апокопа та абревіатури активно функціонують як маркери належності до молодіжного середовища та інструмент мовної економії. Вони дозволяють швидко передавати інформацію і створюють відчуття спільності серед користувачів. Англомовні та романські запозичення демонструють відкритість до глобальних культурних впливів і підкреслюють сучасність мовця. Верлан та жаргон слугують додатковим маркером групової ідентичності та соціальної ролі. Спеціалізовані політичні

терміни дозволяють виражати позицію та оцінку у дискусіях. Розмовні елементи письма, включно з інтонаційними маркерами та емоційними виразами, наближають текст до усної мови. Використання лайки та гумору підкреслює неформальність та емоційність комунікації. Молодь і працівники медіа по-різному застосовують ці явища, відображаючи соціальну та професійну специфіку. Вплив цифрового середовища стимулює гібридизацію мовних кодів і нові способи вираження емоцій. Інтернет-мовлення виступає інструментом самоідентифікації та маркування соціального статусу. Загалом, письмове спілкування у франкомовних цифрових платформах демонструє динамічне поєднання економії мовних засобів, глобалізації, групової ідентичності та емоційного вираження.

ВИСНОВКИ

У межах даної магістерської роботи було розкрито поняття «соціолінгвістика», спираючись на праці відомих мовознавців, таких як

А. Мейє, В. Лабов, Б. Бернстайн, Д. Гаймс, П. Бурдьє, П. Екерт та інших. Вони визначили ключові напрями вивчення мовної варіативності, соціальних норм мовлення, ролі мови в соціальній взаємодії та формуванні ідентичності.

Дослідження показало, що соціолінгвістика постала як окрема наукова дисципліна внаслідок тривалого формування міждисциплінарного підходу до мови, який поєднує лінгвістику, соціологію, психологію та культурологію. Її витоки сягають французької наукової традиції кінця XIX століття, коли А. Мейє вперше обґрунтував соціальну зумовленість мовних змін та наголосив на необхідності аналізувати мову в контексті суспільної структури.

У сучасній науці соціолінгвістика охоплює широкий спектр питань: від особливостей мовної політики та білінгвізму до аналізу дискурсу, етнографії мовлення та дослідження соціальних індексів і стилістичних варіацій.

Українська соціолінгвістика, представлена працями О. Мельничука, В. Русанівського, Ю. Жлуктенка, зробила вагомий внесок у розвиток цього напряму, адаптуючи світові підходи до вивчення національної мовної ситуації, мовної політики та функціонування української мови в багатомовному середовищі.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що соціолінгвістика сформувалась як наука, яка розглядає мову не ізольовано, а як живе соціальне явище, що перебуває у постійному русі, залежному від історичних, соціальних, культурних і психологічних чинників.

Здійснений теоретичний огляд показав, що соціолінгвістика розглядає мову як динамічне явище, нерозривно пов’язане з умовами її реального функціонування. У цьому підході ключовим є не абстрактне мовлення, а соціальна ситуація мовлення – конкретні обставини, у яких мовці

комунікують між собою. Вивчення зв'язку між соціальними характеристиками (віком, статтю, соціальним статусом, мобільністю тощо) та особливостями мовлення дозволяє виявити закономірності мовної поведінки.

На основі проведеного аналізу можна визначити поняття «соціолінгвістика» як галузь мовознавства, що досліджує функціонування мови в суспільстві та вплив соціальних характеристик мовців (вік, стать, соціальний статус, групова належність, комунікативна ситуація) на особливості мовлення й мовні зміни. Соціолінгвістика зосереджується не лише на мовній системі, а й на мовленнєвій діяльності як способі організації та зміни соціальної взаємодії.

Для опису загальних рис молодіжного мовлення у франкомовному середовищі було досліджено поняття соціальної ролі та її вплив на мовлення індивідів, а також концепт «молодь» та його особливості.

Соціальна роль, як зазначали Р. Лінтон і Дж. Мід, є динамічним проявом соціального статусу, що включає усталені очікування поведінки особистості у певних соціокультурних умовах. У соціолінгвістиці соціальна роль пов'язується з мовленнєвими практиками, які залежать від соціальних характеристик індивіда (вік, стать, соціальний статус) та конкретної комунікативної ситуації. Важливим є усвідомлення множинності ролей і їхньої варіативної реалізації залежно від соціального контексту.

Ми дійшли висновку, що мовна норма виступає соціальним конструктом, який регулює взаємодію між мовною системою та індивідуальним мовленням, забезпечуючи узгодженість комунікативної практики. Вона визначає допустимі мовні засоби та способи їх використання відповідно до соціальних ролей і відображає соціальну природу мови як явища, невіддільного від суспільства.

Водночас «молодь» є соціокультурним феноменом, що виходить за межі біологічного віку та характеризує період між дитинством і дорослим життям. При цьому молодь є неоднорідною соціальною категорією, яка включає різноманітні життєві траєкторії та стилі життя, зумовлені

соціальним походженням, статтю та поколінням — це слід враховувати при вивченні молодіжних явищ.

Спираючись на праці К. де Фераль, І. Вагнера, Д. Чешира та дефініції поняття «молодь» з інтернет-словників Larousse, Le Robert, Littré, ми сформулювали власне визначення: молодь – це перехідний соціально-демографічний етап життя між дитинством і дорослістю, що характеризується формуванням ідентичності, самостійності, активною соціальною діяльністю, а також специфічними цінностями та поведінковими моделями.

На основі наведених досліджень ми виокремили вікові межі молоді: від 17 до 30 років, і надалі саме цей проміжок використовувався у практичному розділі роботи.

В свою чергу, здійснений теоретичний огляд показав, що молодіжне мовлення розвивається, набуваючи нових форм, зокрема через цифрові комунікації і вплив соціальних мереж, а також через запозичення з інших мов, що відображає багатокультурність і динамічність сучасного суспільства. При цьому традиційні мовні норми та правопис перебувають у процесі трансформації, що супроводжується заміною певних фраз схожими, але у іншій, більш «неформальній» формі.

Мовні явища молоді, такі як арґо та жаргон, виступають важливими маркерами ідентичності, соціального статусу та культурних змін. Вони відображають складність і різноманітність мовної поведінки, яка не є однорідною, а залежить від регіональних, соціальних та історичних контекстів. Англіцизми, інші іншомовні запозичення (з іспанської та арабської), а також франгліш у французькій мові ілюструють постійний контакт мов і пов’язані з цим дискусії щодо збереження мовної чистоти та адаптації мови до сучасних реалій.

Окреме місце у дослідженні займає аналіз особливостей сучасного інтернет-дискурсу, оскільки інтернет-мовлення охоплює значну частку молодіжного мовлення загалом, а також тому, що загальну вибірку для

практичної частини дослідження було відібрано саме з інтернет-платформ (Reddit, Threads, TikTok, Instagram).

Дослідження показало, що інтернет-дискурс є комплексним і багатовимірним явищем сучасної комунікації, що включає різноманітні форми текстів – електронні, аудіо- та відеоматеріали, пов'язані між собою гіперпосиланнями та функціонують у певних соціальних контекстах цифрового середовища. Він охоплює широкий спектр платформ – від новинних сайтів і блогів до соціальних мереж, месенджерів, онлайн-магазинів та освітніх сервісів, що забезпечує доступ до різноманітної інформації та сфер життя.

Особливістю інтернет-дискурсу є його віртуальність, дистанційність та опосередкованість технічними засобами, а також поєднання рис різних типів дискурсу, що передбачає дотримання специфічної етики спілкування. Завдяки гіпермедійності повідомлення стають багатовимірними інформаційними продуктами, які поєднують мовні, візуальні та звукові елементи.

Жанрова система інтернет-дискурсу характеризується значною складністю та мінливістю. Вона формується під впливом технологічних змін і включає як традиційні жанри, адаптовані до цифрового середовища, так і нові, унікальні для Інтернету жанрові форми.

З метою виявлення прикладів використання франкомовною молоддю кодування, мовної змішуваності та креативності, зазначених у теоретичних розділах, а також визначення нових явищ, було відібрано пости/публікації 100 користувачів вікової категорії молоді на платформах Reddit, Threads, TikTok, Instagram. Дані платформи було класифіковано та поділено на текстові й відео- або аудіо-форматні публікації.

Було виділено слова та вирази, які найчастіше зустрічалися у публікаціях, розглянуто їх у контексті комунікативної ситуації, надано переклад та пояснення лексичного значення, а також визначено прагматичну функцію кожної лексичної одиниці.

Для кращого розуміння соціальної ролі мовців ми розподілили вікові категорії на три групи: 1) 17-20 років – здебільшого школярі та студенти; 2) 21-25 років – студенти, блогери та працівники різних сфер; 3) 26-30 років – інфлюенсери (відомі блогери), працівники різних сфер та тимчасово непрацевлаштовані.

Дослідження показало, що мовні особливості франкомовного форумного дискурсу на Reddit та відео-блогах Instagram і TikTok значною мірою залежать від віку та соціальної ролі користувачів.

Молодь 17-20 років активно використовує апокопи, абревіатури, верлан, англіцизми, але мінімально застосовує лайки, що відображає їхню спонтанність, групову ідентичність та вплив глобалізації на світосприйняття.

Старша категорія 21-25 років свідомо поєднує мовну економію з англомовними та романськими запозиченнями, експресивними фразами і жаргоном, формуючи сучасний, глобалізований стиль і власний мовний бренд. Мовні явища виступають маркерами віку, професії, культурної відкритості та соціального позиціонування. Відео-блоги демонструють найвищий рівень емоційної експресії та стратегічного використання мови у цифровому середовищі.

У категорії 26–30 років апокопи, абревіатури, англомовні та романські запозичення, верлан і жаргон виконують функції маркерів ідентичності та мовної економії. Вони дозволяють швидко передавати інформацію, підкреслюють відкритість до глобальних культур та соціальну належність. Політичні терміни допомагають виразити позицію, а розмовні елементи письма наближують текст до усного мовлення. Використання лайків і гумору підкреслює неформальність і емоційність спілкування. Ці мовні явища відображають соціальну і професійну специфіку, стимулюються цифровим середовищем і слугують засобом самоідентифікації й маркування статусу.

Практична значущість дослідження полягає у можливості застосування отриманих результатів для глибшого розуміння мовних особливостей франкомовного молодіжного цифрового дискурсу, що сприяє підвищенню

ефективності комунікативних стратегій у цифровому середовищі та розвитку сучасних методик викладання французької мови з урахуванням цифрової культури.

Матеріали роботи можуть бути використані у лінгвістичних дослідженнях, курсах з прикладної лінгвістики та соціолінгвістики, а також у педагогічній практиці для формування компетенцій у сфері цифрової комунікації та міжкультурної взаємодії.

Результати дослідження можуть слугувати основою для подальшого розвитку теоретичних моделей інтернет-дискурсу, а також для розробки інструментів аналізу та автоматичної обробки текстів у соціальних мережах і медіаплатформах. Вони можуть бути впроваджені в освітні програми з французької мови, тренінги для медіапрацівників, блогерів та комунікаторів, а також у практику створення контенту для молодіжної аудиторії з урахуванням особливостей сучасної цифрової мови.

Перспективи подальших досліджень убачаємо в розширенні аналізу мовних явищ на інші соціальні мережі, платформи та вікові категорії, а також у поглибленому вивченні впливу цифрового середовища на розвиток мовної ідентичності. Подальший аналіз може бути спрямований на дослідження міжмовних контактів і трансформацій мовних кодів у багатомовних інтернет-спільнотах, а також на вивчення емоційної та прагматичної функції новітніх цифрових мовних практик.

Окремої уваги потребують такі аспекти, як вплив медіа на мовленнєві стереотипи, роль соціальних і культурних чинників у формуванні молодіжного мовлення, а також методологічні підходи до аналізу гібридних дискурсів у цифровій комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Войцева О. А., Новак О. М., Яковлєва О. В. Загальне мовознавство : навч.-метод. посібник. Одеса : ОНУ, 2022. С. 58-61.

2. Грицай Ю. В. Складові, що визначають сутність поняття «молодь» : сучасні підходи. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* Серія : Юриспруденція. 2015. № 15. Т. 1. С. 132-135.

3. Гудзь Н. О. Інтернет-дискурс як новий тип комунікації : структура, мовне оформлення, жанрові формати. *Сучасні лінгвістичні студії : навч. посіб.* Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. С. 61–87.

4. Драна У.В., Тарасюк І.В. Соціолінгвістичні особливості франкомовного молодіжного мовлення. *Вісник науки та освіти. Серія «Філологія».* №11. 2025. С._-_.

5. Єрмоленко С. Я. Кодифікація норми. Українська мова. *Енциклопедія*. Київ, 2007. С. 269.

6. Загнітко А., Кудрейко І. Соціолінгвістика : предметно-понятийний апарат. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна.* Львів : ЛНУ, 2009. Вип. 46. Ч. 1. С. 16-25.

7. Жмаєва Н. С. Мовна норма й варіативність. *Науковий вісник Південно-українського національного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського. Лінгвістичні науки.* 2012. № 15. С. 74-82.

8. Кобринець О. С. L'argot des jeunes dans la langue française. *Лінгвокогнітивні та соціокультурні аспекти комунікації.* Харків : ХНЕУ, 2013. С. 155-158.

9. Кокнова, Т. А. «Інтернет дискурс» : визначення поняття і загальні характеристики (діахронічний аспект). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. *Серія : Філологія*, 2022. № 57. С. 53–55.

10. Коць Т. Аксіологічний і часовий виміри мовної норми. *Українська мова.* 2017. № 4. С. 42–48.

11. Красовська Г., Сухомлинов О., Сигеда П. Соціолінгвістичний компендіум. Київ : Талком, 2020. 336 с.

12. Люлька Л., Редзюк І. Мова, соціалізація та комунікація. *Матеріали XIX Международної науково-практичної інтернет-конференції 30–31 січня*, 2014. Київ, 2014. С. 307-309.

13. Мартинюк О. М. Верлан як вид молодіжного сленгу (на матеріалі французької мови). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна».* 2014. Вип. 46. С. 115-117.

14. Мельничук О. С. Мова як суспільне явище і як предмет сучасного мовознавства. *Мовознавство*. 1997. № 2/3. С. 3-19.

15. Мусійчук С. М. Англіцизми у французькій мові та особливості їх перекладу. *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2013. Вип. 9. С. 304-311.

16. Масенко Л. Т. Нариси з соціолінгвістики. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2010. 242 с.

17. Русанівський В. М. Прогностичні функції соціолінгвістики. *Мовознавство*. 1989. № 1. С. 3-10.

18. Солощук Л. В., Звєрєва О. Г. Соціальні ролі сіблінгів у сімейному дискурсі. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна.* № 928. 2010. С. 68-74.

19. Соціологія : словник термінів і понять / за ред. Є. А. Біленького, М. А. Козловця. Київ : Кондор, 2006. 370 с.

20. Ступак О. Ю. Молодь як соціально-демографічна група. *Духовність особистості : методологія, теорія і практика.* 2021. Вип. 1. С. 257-269.

21. Черниш О. Сучасний англомовний інтернет-дискурс. *Науковий вісник ПНПУ ім. К. Д. Ушинського.* 2022. Вип. 34. С. 118-129.

22. Цар І. Основні напрями дослідження молодіжного мовлення в умовах білінгвізму (на матеріалі записів спонтанного мовлення та інтерв'ю). *Мова і суспільство.* 2018. Вип. 9. С. 63-70.

23. Шкворченко Н. Інтернет-дискурс як лінгвістична категорія. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2019. Вип. 23. Том 3. С. 62-68.

24. Amokrane R., Guérin E. À propos de l'identité des «jeunes» français ayant la culture maghrébine en héritage. *Le français aujourd'hui.* 2020/2. № 209. P. 77-87.

16. Avanzi M., Rey A., Vicenti A. Comme on dit chez nous. Le grand livre du français de nos régions. Paris : Le Robert, 2020. 320 p.

25. Béchennec D., Sprenger-Charolles L. Guide pratique de l'orthographe rectifiée. *Pratiques. Linguistique, littérature, didactique*. 2014. №163-164. P. 1-19.

26. Benveniste É. Problèmes de linguistique générale. Tome 2. Paris : Gallimard, 1974. 288 p.

27. Bogaards P. On ne parle pas franglais : la langue française face à l'anglais. Bruxelles : De Boeck Duculot, 2008. 207 p.

28. Boyer H. Le français des jeunes vécu / vu par les étudiants. Enquêtes à Montpellier, Paris, Lille. *Langage et société*. № 95. 2001. P. 75-80.

29. Boyer H. Le parler des jeunes des cités célébré et décrié. *Textes et contextes de l'immigration – Texte und Kontexte der Migration /* sous la dir. de P. Salerni, J. Senf. 2016. P. 53–65.

30. Boutet J., Heller M. Enjeux sociaux de la sociolinguistique : pour une sociolinguistique critique. *Langage et société.* 2007. № 121-122. P. 305–318.

31. Bronckart J.-P. Activité langagière, textes et discours : pour un interactionnisme socio-discursif. La requête dans les interactions institutionnelles. *Langage et société.* Limoges : Éditions Lambert-Lucas. 2023/2. №179. P. 217-220.

32. Calvet L.-J. L'Argot. Paris : Presses Universitaires de France. 1994. P. 234-236.

33. Cheshire J. Syntactic variation, the linguistic variable and sociolinguistic theory. *Linguistics.* Vol. 25 (2). 1987. P. 257-282.

34. Constattinou G. Le langage des jeunes : moteur de discrimination ou marque d'identité ? URL: https://hal.science/hal-04223408/document (дата звернення: 23.11.2025).

35. Currie H. C. A projection of socio-linguistics : the relationship of speech to social status. *Southern Speech Journal.* 1952. Vol. 18. P. 28-37.

36. De Féral C. «Parlers jeunes» : une utile invention? *Langage et société.* 2012. № 3. P. 21-46.

37. Delaplace D. Les mots des groupes dans les recueils d'argot. *Langage et société.* 2000/2. № 92. P. 5–24.

38. Eckert P. Linguistic Variation as Social Practice : The Linguistic Construction of Identity in Belten High. Stanford University, 2000. 40 c. URL: https://web.stanford.edu/~eckert/PDF/eckert2000.pdf (дата звернення: 23.11.2025).

39. Étiemble R. Parlez-vous franglais ? Paris : Gallimard, 1964.

40. Fishman J. A. The sociology of language; an interdisciplinary social science approach to language in society. Rowley, Mass. : Newbury House Publishers, 1972. 250 p.

41. Gadet F., Guérin E. Construire un corpus pour des façons de parler non standard : «Multicultural Paris French». URL: http://journals.openedition.org/corpus/3049 (дата звернення: 23.11.2025).

42. Gadet F. Les parlers jeunes et les représentations langagières, aujourd'hui en France. *La Pensée*. 2020/3. № 403. P. 45-55.

43. Gernez N. Langues locales et idéologie linguistique dominante (Tanzanie). *Autrepart.* 2015. № 73. P. 123-137.

44. Gyetvai A. Les anglicismes dans le langage des étudiants français. URL: https://epa.oszk.hu/03900/03994/00009/pdf/EPA03994_studia_ignatiana_2016.pdf (дата звернення: 23.11.2025).

45. Hymes D. Foundations in Sociolinguistics : An Ethnographic Approach. Philadelphia : University of Pennsylvania Press, 1974. 230 p.

46. Liang H. The Organizational Principles of Online Political Discussion : A Relational Event Stream Model for Analysis of Web Forum Deliberation. *Human Communication Research.* 2014. Vol. 40. P. 484-507. URL: https://www.com.cuhk.edu.hk/wp-content/uploads/2022/11/Liang-2014.pdf (дата звернення: 23.11.2025).

47. Jakobson R. Linguistics in Its Relations to Other Sciences. *Eight Decades of General Linguistics*. Leiden; Boston : Brill, 2013. P. 265-304.

48. Kammerer B. Ok boomer ! Ces jeunes qui inventent la langue. URL: https://shs.cairn.info/magazine-sciences-humaines-2021-2-page-10?lang=fr (дата звернення: 23.11.2025).

49. Labov W. Sociolinguistic Patterns. Philadelphia : University of Pennsylvania Press, 1972.

50. Larousse dictionnaire. URL: https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais-monolingue (дата звернення: 20.09.2025).

51. Le Robert dictionnaire. URL: https://dictionnaire.lerobert.com/ (дата звернення: 20.09.2025).

52. Littré dictionnaire. URL: https://www.littre.org/ (дата звернення: 20.09.2025).

53. Mabilon-Bonfils B. Les «pratiques numériques», entre écrit et sociabilité. *Fantasmes et réalités du virtuel. Adolescence.* 2012. №. 30. № 1. P. 217-228.

54. Maingueneau D., Boutet J. Construire le sens. *Mots. Les langages du politique.* 1995. №44. P. 156-159.

55. Mauger G. «La jeunesse, un «âge de la vie»». *Diversité*. 2019. № 194. P. 25-30.

56. Pestre É. Les roses noires : fabriquer une langue pour créer un espace intermédiaire ? Plurilinguisme et identités en construction à l'adolescence. *Anthropologie & Adolescence*. 2014. T. 32, № 1. P. 209-223.

57. Py B. Pour une approche linguistique des représentations sociales. *Langages : Représentations métalinguistiques ordinaires et discours.* № 154. 2004/2. P. 6-19.

58. René J.-F. Jeunesse : la mouvance comme mode de vie. *Nouvelles pratiques sociales.* 1990. Vol. 3. № 1. P. 61-74.

59. Rey-Debove J., Rey A. Le nouveau Petit Robert de la langue française. Paris : Éditions Le Robert, 2008.

60. Rey-Debove J., Gagnon G. Dictionnaire des anglicismes : Les mots anglais et américains en français. Paris : Le Robert, 1980. 1152 p.

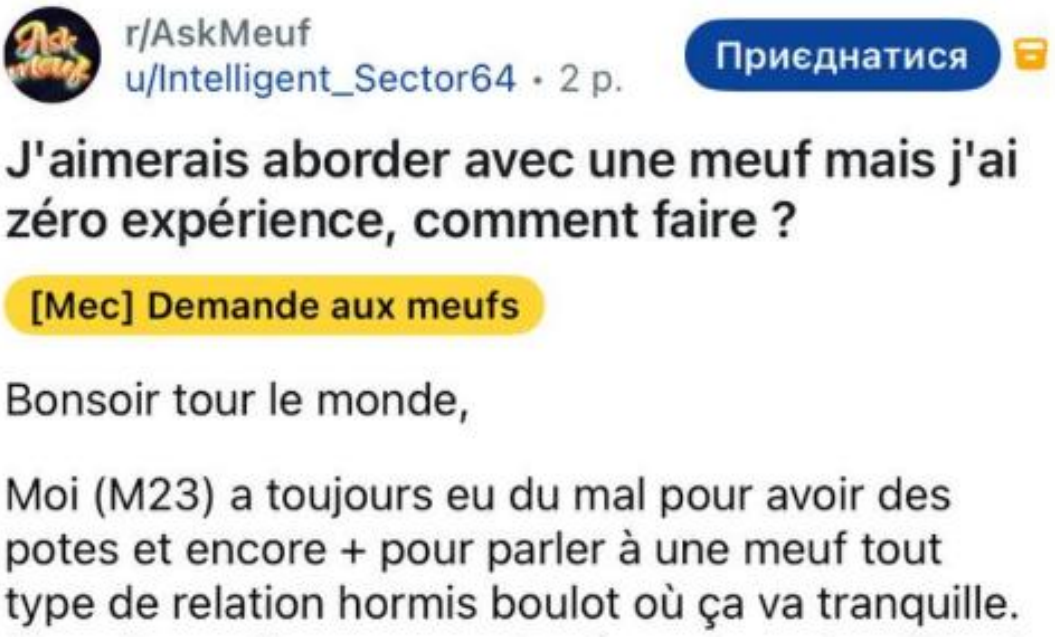
61. Sourdot M. L'argotologie : entre forme et fonction. *La linguistique.* 2002/1. Vol. 38. P. 25–40.

62. Wagner P. Modernity : Understanding the Present. Cambridge : Polity Press, 2012.

ДОДАТКИ

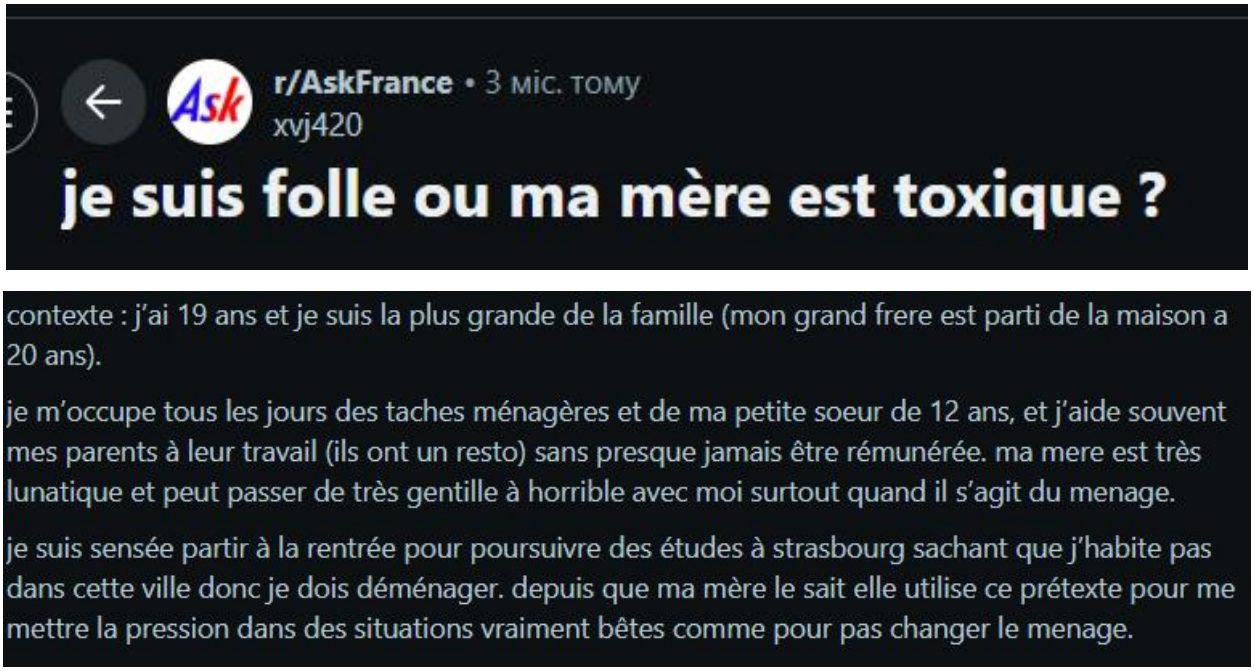
ДОДАТОК А

Скріншот посту користувача Intelligent_Sector64, де вказано його вік та стать (M23 — masculin, 23 ans)



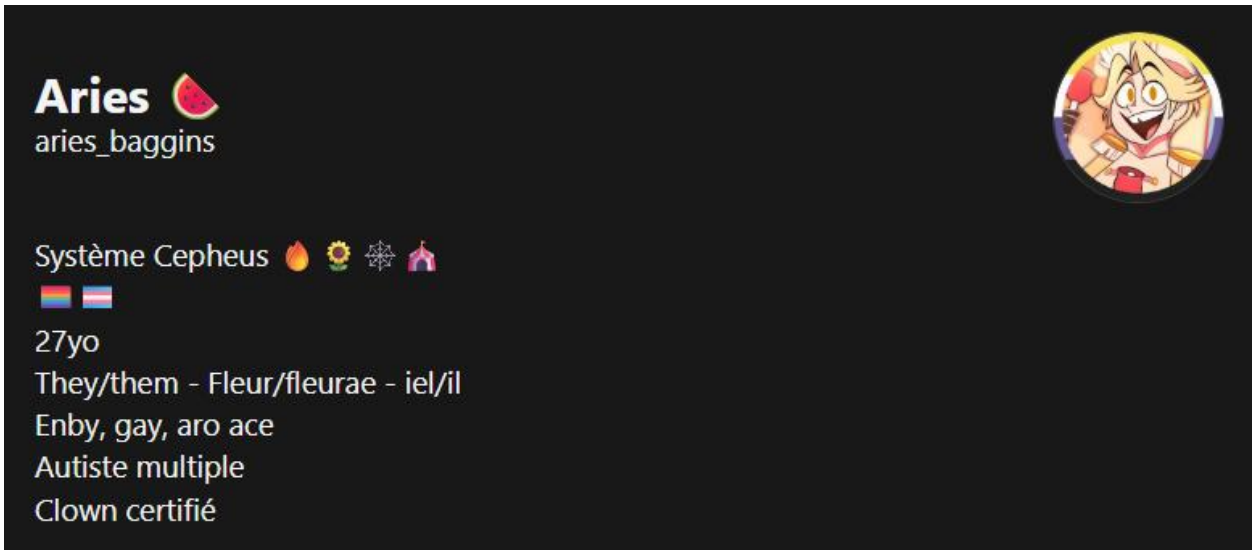
ДОДАТОК Б

Скріншот посту користувача xvj420, де її стать визначено за прикметниками folle,rémunérée, sensée.



ДОДАТОК В

Скріншот посту користувача aries_baggins, де їх визначено як небінарну особу за займенниками they/them — Fleur/fleurae — iel/il.



ДОДАТОК Г

Скріншот посту користувача xvj420, де використано абревіатуру CC — carbon copy (цитування, відповідь на цитату).



ДОДАТОК Д

Скріншот посту користувача PrixeSad9287, де використано Hello як привітання замість Bonjour.



ДОДАТОК Е

Скріншот посту користувача aries_baggins, де вказуються «індикатори тону" англійською.



RÉSUMÉ

Le sujet de notre recherche est le parler des jeunes francophones comme le phénomène sociolinguistique.

L'objet d'étude est défini par les caractéristiques sociolinguistiques du parler des jeunes francophones et par les facteurs qui influencent sa formation et son développement.

L'objectif est d'analyser ces caractéristiques sociolinguistiques ainsi que d'identifier les éléments qui participent à l'évolution du parler des jeunes, en se concentrant notamment sur les discours présents sur les réseaux sociaux, les blogs et les vidéos.

La «jeunesse» est définie dans la science contemporaine comme une phase socio-démographique transitoire entre l'enfance et l'âge adulte, caractérisée par la formation de l'identité, l'autonomie et la vie sociale active, ainsi que par des valeurs et des comportements spécifiques, correspondant à une tranche d'âge de 17 à 30 ans. Le discours sur Internet se distingue par sa virtualité et sa médiation technique, ainsi que par la combinaison de caractéristiques de différents types de discours et modes de transmission de l'information (audio, vidéo, format textuel).

Le parler des jeunes francophones se caractérise par l'usage prédominant de l'argot, du verlan, des anglicismes, des emprunts étrangers, du jargon, des abréviations et des apocopes. Ce parler agit comme un marqueur social reflétant l'âge, la profession, l'ouverture culturelle, la position politique et l'environnement sociale et historique du locuteur. Les messages textuels sont souvent simplifiés, économisant les moyens linguistiques et se rapprochant du style oral grâce à des procédés expressifs émotionnels. Les vidéoblogs illustrent un haut niveau d'expressivité émotionnelle et une stratégie langagière développée. Le choix des formes de communication varie selon l'âge et le domaine d'activité des locuteurs.

Mots-clés : *sociolinguistique, jeunesse, parler des jeunes, discours sur Internet, discours francophone, verlan, anglicismes, argot*