

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка

Факультет філології і журналістики
Кафедра української мови та славістики

Кваліфікаційна робота
МЕРЕЖЕВИЙ ДИСКУРС: КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ
ТА ЛІНГВОДИДАКТИЧНИЙ АСПЕКТИ

Спеціальність 014 Середня освіта
Освітня програма «Середня освіта
(Українська мова і література)»

здобувача другого (магістерського)
рівня вищої освіти
Яцишин Діани Ярославівни

Науковий керівник:
доктор філологічних наук, професор
Струганець Любов Василівна

Робота захищена з оцінкою
Національна шкала: _____
Кількість балів: ____ Оцінка ECTS: ____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ МЕРЕЖЕВОВОГО ДИСКУРСУ	6
1.1. Поняття «мережевий дискурс» у сучасному мовознавстві.....	6
1.2. Особливості публіцистичного стилю	14
1.3. Тематична типологія мережєвих щоденників	20
1.4. Лінгводидактичні студії про вивчення мережєвого дискурсу у контексті публіцистичного стилю	24
Висновки до 1 розділу	29
РОЗДІЛ 2. КОМУНІКАТИВНІ ОЗНАКИ УКРАЇНОМОВНОГО МЕРЕЖЕВОВОГО ПРОСТОРУ	31
2.1. Лінгвостилістичні параметри онлайн-щоденників.....	31
2.2. Правильність.....	38
2.3. Чистота мови	47
2.4. Образність мови	53
2.5. Різноманітність мови.....	72
Висновки до 2 розділу	76
РОЗДІЛ 3. ЛІНГВОДИДАКТИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОБОТИ З МЕРЕЖЕВИМ ДИСКУРСОМ У ШКІЛЬНОМУ КУРСІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ	78
3.1. Аналіз змісту навчальних програм та підручників з української мови для загальноосвітніх навчальних закладів	78
3.2. Комплекс вправ для роботи з мережєвим дискурсом	81
Висновки до 3 розділу.....	89
ВИСНОВКИ	91
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	95

ВСТУП

Сучасний інформаційний простір дедалі більшою мірою віддзеркалює мережевий дискурс, який став одним із найважливіших комунікаційних компонентів ХХІ століття. Персональні онлайн-платформи, що включають як прості текстові нотатки, так і мультимедійні журнали, суттєво змінили медіаландшафт, надаючи кожному користувачеві можливість висловлюватися, ділитися своїм досвідом та думками, обходячи традиційний бар'єр редакційної роботи.

Інтернет-щоденники в сучасному суспільстві служать джерелом, де експерти діляться своїми знаннями та практичними порадами. У соціальному вимірі блоги сприяють створенню спільнот для обговорення схожих інтересів, обміну допомогою, незважаючи на географічні відстані.

Крім того, в політичному та громадському житті мережеві щоденники стали каталізатором політичні ситуації в глобальному масштабі. Вони слугують незалежним джерелом інформації, платформою для критики. Як наслідок, блоги не просто відображають особисте життя, а й створюють нову форму відкритого спілкування, довіри та взаємодії з іншими.

Актуальність теми дослідження. Оскільки мережеві щоденники стали важливими інструментами для самовираження та спілкування з іншими в сучасному світі, сприяють обміну думками, ідеями та досвідом між окремими особами та широкою громадськістю, то цей стиль онлайн-спілкування потребує системного вивчення. Увиразнює актуальність цієї проблематики лінгводидактичний аспект, оскільки необхідно формувати медійну грамотність споживачів мережевого контенту.

Мета дослідження – проаналізувати особливості сучасного мережевого дискурсу в комунікативно-прагматичному та лінгводидактичному аспектах.

Для досягнення зазначеної мети дослідження поставлено низку завдань, головними серед яких є:

- проаналізувати особливості мережевих щоденників, окреслити риси сучасної блогосфери;
- визначити зміст поняття «комунікативні ознаки»;
- створити корпус джерельного матеріалу на основі соціальних мереж «Facebook», «Instagram», «Telegram»;
- схарактеризувати реалізацію домінантних комунікативних ознак у мережевих щоденниках;
- проаналізувати шкільну програму і підручники з української мови у ракурсі вивчення публіцистичного стилю загалом і мережевих щоденників зокрема;
- розробити види вправ для роботи з матеріалом соціальних мереж.

Об’єктом дослідження виступає мова масмедіа у лінгвостилістичному і лінгводидактичному аспектах.

Предметом дослідження є комунікативні ознаки мови онлайн-щоденників: правильність, чистота, образність, різноманітність.

Джерельною базою дослідження слугували: «Instagram», «TikTok», «Facebook», «YouTube», «Telegram», а також шкільна програма з української мови та підручник з української мови.

Методи дослідження. У кваліфікаційній роботі використано такі методи:

- порівняльний метод (порівняння мовлення в різних соціальних мережах);
- семантико-стилістичний (аналіз комунікативних ознак);
- функціональний метод (визначення стилістичної функції мовних одиниць);
- описовий метод (опис зібраних фактичних матеріалів);
- лінгводидактичний аналіз шкільної програми з української мови, підручника з української мови;
- метод вправ для вивчення публіцистичного стилю.

Теоретичне значення дослідження полягає в можливості використання отриманих результатів для вироблення критеріїв оцінювання мережевого дискурсу, для укладання рекомендацій із мовної культури у сфері інтернет-комунікації.

Практичне значення роботи. Результати можуть бути використані під час викладання курсів «Культура української мови», «Стилістика української мови» у закладах вищої освіти, на уроках української мови у школі під час вивчення публіцистичного стилю.

Апробація результатів дослідження. Матеріали дослідження апробовано на Всеукраїнській науковій конференції учнівської та студентської молоді «Актуальні питання сучасної філології та журналістики» (Тернопіль, 2025).

Публікації. Основні результати дослідження висвітлено в 1 публікації (тези «Комунікативно-прагматичні параметри мережевого дискурсу» у збірнику матеріалів студентських наукових праць» (Тернопіль, 2025).

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 104 сторінки (з них 92 основного тексту). Список використаних джерел містить 100 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ МЕРЕЖЕВОГО ДИСКУРСУ

1.1. Поняття «мережевий дискурс» у сучасному мовознавстві

Бажання спілкуватися є невід'ємною частиною людського духу. Із розвитком цифрових технологій ця потреба перевершила потребу у фізичному контакті, що призвело до створення віртуальних спільнот. Ті, хто бере участь у цих спільнотах, мають спільні інтереси чи професійні цілі, а також бажання створювати, ділитися та брати участь у віртуальному просторі. Цифрова революція, глобалізація та динаміка технічних інновацій разом створили нову еру соціального життя, в якій об'єднання більше не залежить від географії, а натомість пов'язане з технологіями. Як зазначає Р. Клувер, ідея глобалізації включає політичні, економічні та цифрові компоненти, включаючи комп'ютери [Kluver, с. 426].

Історія витоків інтернет-комунікацій сягає кінця 1960-х років, коли вперше виникла комп'ютерна мережа «ARPANET». Ця мережа була попередницею сучасного інтернету. Завдяки їй у 1972 році Рей Томлінсон, інженер, який придумав концепцію символу «@» для письма, опублікував перше електронне повідомлення. Це не лише полегшило передачу повідомлень, але й призвело до створення перших віртуальних спільнот [Айзексон, 2017, с. 345]. Подальше вдосконалення цифрових платформ сприяло створенню списків розсилки, таких як «SF-Lovers» [1975], а пізніше форумів та «Usenet» [1979], які вважаються попередниками сучасних соціальних платформ [Айзексон, 2017, с. 346].

Справжній важливий розвиток відбувся з появою соціальних мереж, популярність яких зросла протягом 1980-х років. «America Online» [AOL], заснована С. Кізом, була одним із перших онлайн-сервісів, які присвятили свої зусилля формуванню спільнот за інтересами. Її основною перевагою було просте використання, що поєднувало функції новинного вебсайту,

розважального програмного забезпечення та комунікаційної платформи [Айзексон, 2017, с. 360]. Незважаючи на еволюцію інтернет-етикету протягом багатьох років, загальний напрямок розвитку призвів до цифрової інклюзії – додавання користувачів до світової комунікаційної спільноти.

Кембриджський словник визначає соціальні мережі як онлайн-платформи, що сприяють обміну інформацією через комп'ютери або мобільні телефони [CD]. У оксфордському словнику зазначається, що це платформи або додатки для формування соціальних зв'язків [OLD]. Німецькі вчені А. Каплан та М. Хайнлайн пропонують ширше тлумачення, ніж просто вищезгадане, вони зазначають, що соціальні мережі походять від технологій 2.0, таких як «Інтернет», і включають блоги, мікроблоги, вікі-платформи, форуми, мережі обміну відео, ігри та віртуальні світи [Kaplan, 2012, с. 101].

Сучасні цифрові медіа охоплюють не лише комунікаційні платформи, а й професійні онлайн-журнали, тематичні блоги, мультимедійні контентні канали (відео, аудіо, фото) та геолокаційні сервіси. Дослідження З. Григорової демонструє суттєву різницю між новими медіа у їхній взаємодії один з одним, а також персоналізацію контенту. Користувач може не лише споживати контент, а й створювати його, редагувати та поширювати відповідно до своїх інтересів [Григорова, 2017, с. 95–96].

С. Коноплицький створив типологію соціальних медіа, яка стосувалася таких інструментів, як соціальні мережі «Facebook», чати «Discord», системи миттєвого обміну повідомленнями «Skype», форуми, блоги та вікі-ресурси «Wikipedia», а також відеоплатформи «YouTube» [Коноплицький, 2006, с. 38]. Ця структура складається із соціальних мереж, мультимедійних платформ, систем миттєвого обміну повідомленнями, блогів та форумів, які використовуються для вивчення блогосфери в її сучасному стані.

Блоги як особлива форма цифрового контенту створені пізніше, ніж електронна пошта чи форуми. Першим блогом був особистий вебсайт американського студента Джастіна Холла [Links.net, 1994], проте зростання

активності блогів відбулося протягом 1999-2003 років за допомогою появи такої платформи, як Blogger, а також завдяки поширенню поняття «блог», «блогер» та «блогосфера» [Kyle Byers, 2020].

Дослідження показали, що наразі активними є понад 1,7 мільярда вебсайтів, а кількість активних блогів перевищила 600 мільйонів. Кількість людей, які користуються інтернетом, постійно зростає і вже досягла 3,6 мільярда. Серед платформ соціальних мереж «Facebook» має 2,7 мільярда користувачів, «YouTube» – 2 мільярди підписників, «Instagram» – 1,1 мільярда підписників, а «ТікТок» має 689 мільйонів користувачів, і всі ці дані є статистикою за 2020 рік [We Are Social, 2020].

Як зазначає Т. Кравченко, ми живемо в інформаційному суспільстві, де кожна людина може бути як споживачем інформації, так і її творцем [Кравченко, 2012, с. 142]. У результаті онлайн-середовище створює нову форму культурної та соціальної взаємодії, яка характеризується суб'єктивністю щодо мережевої взаємодії. Саме в цьому контексті користувач стає одночасно творцем контенту та його ретранслятором, що підвищує цінність блогосфери як форми впливу.

Дослідники В. Рябічев та А. Баклан задокументували, що нові методи комунікації створюють платформу для громадянської активності, культурної взаємодії та соціального будівництва [GDO, 2020, с. 159]. Вони називають це «медійним суспільством», де кожна людина здатна транслювати новини або критичний аналіз.

Сьогодні понад половина всіх пошукових запитів здійснюється на мобільних пристроях, а типовий користувач проводить майже три чверті свого вільного часу в соціальних мережах. «We Are Social» повідомив, що у 2020 році мобільні користувачі спожили понад 500 мільярдів гігабайт даних мультимедійного контенту [We Are Social, 2020].

Як наслідок – еволюція блогосфери має не лише технологічний характер, але й передбачає культурний зсув у способі комунікації. У центрі

цієї еволюції знаходиться людина, яка шукає допомоги, знань, співчуття та сенсу в цифровому просторі. Блог як явище – це не лише платформа для самовираження, але й невід’ємна частина цифрової інфраструктури, яка об’єднує, навчає та надихає.

Поширення мобільних пристроїв та цифрових технологій полегшило онлайн-спілкування та надало йому динамічного характеру. Завдяки смартфонам та мобільному інтернету більшість користувачів мають можливість спілкуватися з іншими незалежно від свого місцезнаходження, що призвело до зростання глобальної інтеграції. Збільшення кількості учасників, які активні на мережевих платформах, суттєво змінило характер взаємодії: суспільство перейшло до моделі постійної онлайн-участі. Люди прагнуть не лише спілкуватися, але й бути поміченими, висловлювати свої думки, створювати цифровий слід, пов’язаний з їхнім особистим життям, та брати участь у спільнотах, які поділяють спільні інтереси.

Ця потреба в комунікації, визнанні та спільноті призвела до швидкого поширення соціальних мереж, включаючи блоги, які є багатофункціональними особистими онлайн-щоденниками, що також займають особливе місце. Сьогодні звичайні користувачі соціальних мереж можуть взяти на себе роль провідного автора в певній галузі, що досягається завдяки оригінальному контенту, унікальному стилю презентації та здатності залучати велику аудиторію. У цій сфері кожен має право висловлювати свої думки, але відсутність ustalених етичних стандартів створює ризик: зокрема, поширення мови ворожнечі, фальсифікованої інформації або ігнорування конфіденційності. Через те віртуальне середовище вимагає як правового регулювання, так і етичної поведінки від самих користувачів.

Слово «блог» спочатку використовувалося як скорочена форма терміна «веблог», введеного Йорном Баргером у 1997 році. Його блог функціонував як особисте цифрове сховище – місце для зберігання відповідних посилань, концепцій та фактів [Rosen, 2004]. У 1999 році Пітер Мергольц скоротив назву

до «блог» і популяризував цей термін, після чого Еван Вільямс з Pyra Labs започаткував платформу «Blogger.com» і популяризував слово «блогер» як термін для позначення автора блогу.

Поява «Blogger.com» стала значним поворотним моментом для блогерства: спочатку сервіс сприяв написанню технічних постів без необхідності технічних знань, але після придбання платформи «Google» у 2003 році блогерство пережило друге дихання. До 2007 року інструменти для редагування, публікації та коментування стали простими, що зробило блогосферу доступною для широкого кола читачів.

Одночасно розвивалися й інші платформи: «LiveJournal», «WordPress» та «TypePad», які надали блогерам нові можливості. Найголовніше, що саме в цей час блоги почали перетворюватися на повноцінно розвинені засоби масової інформації, особливо щодо політичних новин, активізму та освіти. Створення «MySpace» у 2003 році та його популярність серед митців, яку пізніше витіснив «Facebook», демонструє, як соціальні компоненти технологій підвищили цінність блогів.

Зі зростанням популярності відеоконтенту блогосфера відзначила ще одну значну зміну: у 2003 році був створений термін «влог», а в 2005 році була запущена платформа «YouTube», що призвело до кардинальних змін у ландшафті цифрової культури. Сьогодні влоги – це не просто відеощоденники, а й повноцінна форма цифрового мистецтва: від оглядів та репортажів до лайфстайл-історій та освітніх програм.

З появою «Twitter» у 2006 році блоги перейшли у мікроформат, який передбачав короткі повідомлення, призначені для розсилки широкій аудиторії. Цей формат пізніше виявився ефективним у контексті соціальних кампаній, протестних рухів та створення колективних знань. У 2007 році Девід Карп започаткував «Tumblr», платформу, яка поєднувала створення блогів із можливістю спілкування та обміну контентом з іншими. Користувачі могли

вести кілька блогів одночасно, поєднуючи зображення, текст, відео та аудіо в одному спільному форматі.

Популярність візуального блогінгу значно зросла за останнє десятиліття завдяки появі «Instagram» у 2010 році. Ця тенденція узгоджується зі зростанням популярності візуального контенту у відповідь на надлишок текстової інформації. «Instagram» перетворився з платформи, присвяченої фотографії, на потужний простір, який можна використовувати для створення особистих брендів, просування моди, їжі, здоров'я та мікроінфлюенсерів. Частково це пояснюється коротким періодом концентрації уваги сучасного користувача, який зараз більше стурбований емоційною та короткочасною інформацією.

Дослідження SimilarWeb та Alexa Internet показують, що «Google», «YouTube», «Instagram», «Twitter» та «TikTok» постійно очолюють список найбільш відвідуваних веб-сайтів у світі. Популярність блогів та медіахостингу зростає з кожним роком [TWR, 2020].

Блогери зараз виконують функції незалежних журналістів, вони створюють медіасередовище за допомогою критики. Вони беруть участь в оглядах, виступають на захист соціальних питань, ініціюють кампанії та функціонують як рупори певної демографічної групи. Одним із прикладів цього є український канал «Geek Journal», автор якого поєднує розважальний та аналітичний підходи до огляду фільмів, подій та соціальних процесів.

У результаті блогерство еволюціонує за межі особистого щоденника. Його функція як соціального, культурного, фінансового та освітнього середовища постійно зростає. Поштовхом до популяризації блогосфери стало бажання самовиражатися, отримувати інформацію, а згодом і заробляти гроші. Блогери створюють спільноти, беруть участь у наративах про соціальний вплив та беруть участь у перетворенні цифрової реальності на складний простір людської взаємодії.

Платформа «PureAuditor» надає дані, які показують, що кількість користувачів «Instagram» приблизно порівну розподілена за статтю: половина з них – жінки, а інша половина – чоловіки [Pure Journal, 2020]. Однак аудиторія «YouTube» переважно чоловіча, що можна пояснити тематичною спрямованістю контенту та різними звичками споживачів. Крім того, «Instagram» в першу чергу призначений для молоді до 35 років, тоді як «YouTube» має ширший віковий діапазон, який переважно складається зі студентів у категоріях 13-17 та 18-24 років. Обидві платформи пропонують можливість кожному, незалежно від віку чи досвіду ведення блогу, спробувати себе в ролі блогера. Оскільки для початку не потрібно витратись на дорогі технології, достатньо мобільного телефону та ідеї.

Сьогодні сучасний блогер – це той, хто бере активну участь у створенні особистого бренду та намагається розробити єдиний метод комунікації зі своєю аудиторією. Серед рис успішних блогерів на «YouTube» та в «Instagram», які їм притаманні, є: щирий інтерес до своїх занять, здатність постійно генерувати нові ідеї та здатність впроваджувати контент, незважаючи на перешкоди. Багато митців не проти обговорювати помилки, невдачі, внутрішні сумніви, і саме ця відкритість культивує довіру аудиторії та підвищує цінність автентичності.

У сучасному світі до важливих характеристик блогера належать такі: розвиток комунікативних навичок, стійкість до стресу, здатність відрізнити конструктивну критику від токсичних коментарів, а також постійне самостереження. Як результат блогери, які мають успішні довгострокові цілі, зазвичай мають високу мотивацію, організованість та здатність делегувати частину роботи, особливо коли проєкт стає більшим і вимагає залучення команди.

Контент, створений в «Instagram», унікальний за своєю природою. Ця соціальна мережа зосереджена навколо візуальної складової – красивих фотографій, естетичного дизайну та поєднання кольорів. Однак не менш

важливим є текст під зображенням, а саме – заголовок і перші два речення повинні привернути увагу користувача з перших кількох секунд гортання стрічки. Публікації, що перевищують типову довжину в 2200 символів, часто залишаються поза увагою, – оскільки увага користувача розсіюється. У результаті блогери беруть активну участь у створенні коротких динамічних речень.

«Instagram» переважно складається з постів про повсякденне життя, моду, особистісний розвиток, здоров'я та розваги. Крім того, існує тенденція до поєднання тем – способу життя з освітою чи фітнесу з психологією. Приклади українських блогерів, таких як Юрій Пастух [@nove.tilo], які мають як спортивний, так і інший контент, показують, як різні підходи позитивно впливають на зростання аудиторії. Аліна Френдій [@alina_frendiy] успішно поєднує моду з описом особистого способу життя, а блогерки, такі як Анна Качмар [znoona200], Анна Величко [aniavelychko_english] та Яна Іванова [ivanova_secrets], продемонстрували цінність вузько спрямованих акаунтів, що зосереджені на підготовці до вступного іспиту, вивченні англійської мови або просуванні блогерства в SMM-просторі.

«YouTube» відрізняється від «Instagram» тим, що зосереджений на довших відео. Тут важливим аспектом є не лише якість зображення, а й глибина теми. Сучасні теми, соціальна взаємодія, харизма ведучого, структура відео та візуальні ефекти – все це сприяє охопленню аудиторії. Найпоширенішими типами інтерв'ю є огляди продуктів, культурні реакції, освітній контент та розважальні формати. Цікаво, що саме відеоблоги стають новою формою комунікації для глядача, вони навіть можуть конкурувати з традиційними медіа.

Загалом, блоги як у письмовому, так і у відеоформаті є корисними інструментами комунікації. Вони сприяють потоку ідей, просувають думки, створюють спільноти, а також сприяють особистісному зростанню. Ведення онлайн-щоденника дозволяє покращити здібності писати, критично мислити,

планувати та керувати часом. Крім того, блог може служити платформою для професійного розвитку, оскільки підтверджує експертизу в певній галузі та надає нові можливості для співпраці з брендами та створення власного бізнесу.

Таким чином, блогер – це не лише продюсер контенту. Він одночасно виконує подвійну роль комунікатора, стратега, творця та ведучого. Його робота полягає не лише у висловленні думки, а й утриманні уваги аудиторії, викликанні емоцій та залучення до дискусії. Саме тому блоги залишаються впливовим інструментом у цифровому ландшафті 21-го століття.

1.2. Особливості публіцистичного стилю

Для характеристики мережевого спілкування засадничими є праці про мову масмедіа. Виділяємо такі напрямки досліджень: 1) аналіз лексичних та семантичних одиниць, зокрема, як запозичені слова, інновації та розмовні елементи інтегруються в мовні норми (О. Стишов, О. Сербенська, Д. Мазурик, М. Неклюдова та ін.); 2) загальний лексико-семантичний аналіз газетного та новинного дискурсу (О. Зарецький, О. Калиновська, М. Солдатенкова та ін.); 3) вивчення словотворення в новинній мові (О. Стишов, О. Семенюк, Г. Віняр, В. Фурса та ін.). 4) аналіз стилістичних особливостей новинних текстів з точки зору мовних норм (Л. Струганець, Т. Коц, О. Андрейченко, А. Григоращ, М. Скиба, Х. Дацишин, Г. Колесник, Н. Кочукова, С. Равлюк, Б. Черняков та ін.); 5) Аналіз виникнення та функції спеціальних вживань у мові новин (О. Турчак, О. Стишов та ін.); 6) Вивчення прагматичних аспектів мови (В. Зайцева, О. Шаповал, Є. Некрасова та ін.).

О. Мітчук і О. Черемська зосередилися на регіональних питаннях. У докторській дисертації «Лексична та граматична інтерференція в сучасній українській літературній мові: наслідки українсько-російського двомовства (на основі даних харківських газет, 1950-1980-ті роки)» О. Черемська дослідила та систематизувала системний вплив російської мови на українську впродовж періоду.

У праці «Неослови та їх значення в мові масмедіа Рівненської області» О. Мітчук описала процес потрапляння неослів у простір масмедіа Рівненської області з кінця ХХ – на початку ХХІ століття, проаналізувавши їх із семантичної та функціональної точок зору. З'ясовано роль сленгу та узагальнено принципи використання сленгу в медіа.

Т. Коць проаналізувала комунікативну ознаку «правильності». Наприклад, у праці «Функціональне дослідження лексичних норм у засобах масової інформації (на матеріалі газет 1990-х років)» [Коць, 1997]. Т. Коць схарактеризувала семантику та процеси словотворення лексичної мови в засобах масової інформації та пов'язувала їх з динамічними тенденціями загальнолітературних норм. Вона приділила особливу увагу функції фонетичних та морфологічних варіантів та узагальнила основні напрямки лексичних змін, зокрема взаємодію між українською та іншомовною лексикою.

У праці «Види мовних помилок та їх усунення при редагуванні новинних матеріалів» [Бондаренко, 2003] Т. Бондаренко подала комплексний аналіз орфографічних, лексичних, морфологічних та синтаксичних помилок, визначивши та описавши їх різні варіанти. Крім того, автор висвітлила теоретичні основи нормативності, пояснивши велику кількість помилок у новинних матеріалах, що дозволило правильно оцінити лінгвістичні факти з нормативної/ненормативної та функціональної точок зору, а також розкрити причини цих помилок.

Учені також почали вивчати стилістично знижену лексику та жаргон у новинних текстах. Б. Коваленко провів комплексний аналіз функцій стилістично зниженої лексики в сучасній українській журналістиці на основі текстів з різною соціально-ідеологічною та тематичною спрямованістю.

Н. Третяк у своїй статті «Сленгова лексика в друкованих ЗМІ (функція вираження підмета-дієслова)» описала основні функціональні закономірності сленгової лексики як засобу вираження підмета-дієслова в сучасній

українській журналістиці, розкривши емоційний потенціал та узагальнивши найпоширеніші категорії сленгової лексики, що активно використовуються в сучасних друкованих ЗМІ [Третяк, 2012].

Багато досліджень зосереджено на ролі образності як комунікативної ознаки мови. Зокрема, розглядаємо дослідження Х. Дацишин та О. Ільченко, які описали роль метафори в мові медіа. Х. Дацишин досліджувала використання метафори в мові медіа. Мовознавець проаналізувала метафори в політичному дискурсі сучасних українських друкованих ЗМІ, розглянула метафори з трьох аспектів: комунікативного, когнітивного та структурного. Крім того, дослідила політичні метафори та проаналізувала їхню роль в особистому дискурсі журналістів [Дацишин, 2004].

О. Ільченко з точки зору сучасних наукових парадигм виокремила науковий інструментарій для вивчення метафоричних фраз у мові новин. У її дослідженні поєднано традиційний структурно-семантичний аналіз з когнітивно-прагматичним: описано типи метафор та механізми їх утворення [Ільченко, 2012].

У праці «Абревіатури: структурні, семантичні та функціонально-стилістичні особливості в сучасній мові новин» [Стасюк, 2005] Т. Стасюк зібрала та всебічно дослідила різні абревіатури в новинних репортажах з кінця 20-го до початку 21-го століття, проаналізувала структурні, семантичні та функціональні особливості абревіатур, а також стилістичні функції.

У докторській дисертації О. Турчак досліджено специфічні терміни в українській пресі 1990-х років [Турчак, 2004], виокремлено критерії розрізнення таких понять, як «оказіональні слова» та «потенційні слова» в лінгвістиці, зосереджено увагу на основних характеристиках okazіональних слів, аналізі позамовних та внутрішньомовних факторів, що сприяли їх появі в газетній мові в цей період.

Л. Пашинська зосередилася на вивченні неологізмів в мові українських масмедіа з кінця 20-го до початку 21-го століття [Пашинська, 2011]. Це дослідження з'ясувало основні фактори, що сприяли змінам у сучасній українській ідіоматичній системі, визначило поняття «неологізми», розкрило їх походження та визначило їхній тематичний склад. Автор наголошує, що завдяки різноманітності стилістичних функцій нові фрази широко використовуються в медіа для посилення яскравості, точності та образності висловлювання. Нові фрази збагачують текст, насичують його емоційним забарвленням і тим самим створюють умови для привернення уваги та інтересу читачів.

Варто зазначити, що мова медіа привертає увагу завдяки притаманній їй синтаксичній образності, експресивності. Наприклад, у праці «Експресивні синтаксичні моделі в сучасній новинній літературі» Н. Івкова визначила типи експресивних мовних структур у новинній літературі; дослідили організацію новинних текстів шляхом визначення функціональних експресивних парадигм; проаналізувала традиційні стилістичні синтаксичні моделі та визначили текстовий композиційний потенціал синтаксису експресивної мови в новинній літературі [Івкова, 2007].

У праці В. Богатко досліджено феномен еліпсису в сучасній українській новинній мові [Богатко, 2005]. Розкрито експресивний потенціал неповних речень в українській газетній мові з кінця 20-го до початку 21-го століття. Автор класифікує неповні речення, еліптичні неповні речення та поєднує неповні речення в різні типи неповних структур, що виникають внаслідок пропуску, з'ясовуючи їхні структурні та семантичні особливості, а також їхній експресивний та оцінний потенціал.

Динаміка мережі вимагає від тексту максимальної лаконічності та здатності швидко викликати емоцію чи реакцію. На цьому рівні мови важливими є дослідження С. В. Шевчук про функціональну стилістику та синтаксис. Вона аналізувала, як традиційні синтаксичні моделі

трансформуються, набуваючи більшої стислості, що є безпосередньою відповіддю на високий темп сприйняття інформації в медіа. Зокрема, у мережевих щоденниках часто використовується поділ речення на окремі, інтонаційно самостійні частини та номінативні речення для створення ефекту напруги або для акцентування уваги на ключових поняттях. Ці прийоми імітують живу, емоційну розмовну мову і посилюють емоційний зв'язок з читачем, що є критично важливим для успіху блогу.

Ця синтаксична експресія нерозривно пов'язана з прагматикою мовленнєвого акту. Дослідження А. П. Загнітка про теорію мовленнєвих актів та їхню реалізацію в різних функціональних стилях закладають теоретичну основу для аналізу того, як мережевий автор (блогер) використовує мову для реалізації своїх комунікативних цілей – інформування, переконання, заохочення до дії. Ми бачимо, що вибір синтаксичних структур, як-от використання риторичних запитань (що спонукають до коментування та обговорення) чи спонукальних речень (для закликів до дій, наприклад, *«Поділіться!»*, *«Поставте лайк!»*), є завжди стратегічним. Такий підхід підкреслює, що мова в мережевій публіцистиці – це не просто засіб передачі інформації, а потужний інструмент впливу та управління увагою аудиторії.

Окремої уваги заслуговує питання лексичного новаторства в публіцистичному стилі, який у мережі стає справжнім полігоном для мовних експериментів. Мережевий дискурс є потужним джерелом неологізмів, okazіоналізмів та жаргонізмів. Як слушно зазначала Т. О. Космеда, емоційна та оцінна лексика в публіцистиці використовується для створення максимально «живого» контенту, насиченого суб'єктивним ставленням. Її роботи про оцінну модальність допомагають зрозуміти, як автор маніпулює емоційним фоном, використовуючи лексеми, що передають схвалення чи несхвалення, що дозволяє швидко створити довіру та ідентифікувати свою спільноту.

Крім того, проблему запозичень та інтерференції не можна оминати. Праці О. А. Стишова про функціонування мовних інновацій та молодіжного сленгу в українській мові є фундаментальними для розуміння того, як елементи субкультурної лексики чи англізми швидко проникають у широкий медійний вжиток. Мережеві щоденники часто стають першою ланкою для їхнього поширення. Це має прямий вихід на лінгводидактику та питання мовної культури.

У мережевому дискурсі текст не існує сам по собі; він нерозривно пов'язаний із візуальною складовою (фото, відео, графіка). У цьому контексті важливими є дослідження С. О. Карамана, який вивчав питання комунікативної ефективності тексту. Він звернув увагу на те, як шрифтові виділення, використання курсиву, великих літер та, особливо, емодзі трансформують емоційне та модальне забарвлення повідомлення.

Зрештою, аналіз мовної особистості автора у мережевому публіцистичному просторі є ключовим. У мережі автор виступає не просто як носій інформації, а як повноцінний персонаж. Дослідження О. Д. Пономарів про культуру мови та стилістику української мови закладають теоретичне підґрунтя для аналізу того, як мовний вибір блогера (від лексики до інтонації у відео-блоггах) формує його публічний імідж та довіру аудиторії. Мова мережевого щоденника є індивідуальним стилем, який балансує на межі офіційної та розмовної норми. Наприклад, автор може використовувати знижену лексику для демонстрації «своєму» колу або, навпаки, високий, науковий стиль для підкреслення своєї експертності. Усвідомлення цього індивідуального стилю, його впливу на аудиторію та механізмів його створення через мовні засоби є фінальною ланкою в ланцюгу лінгвостилістичного аналізу. Тільки за такого комплексного підходу, який враховує всі рівні мови – від фонетики до прагматики, і спирається на

грунтовні праці українських мовознавців, можемо ефективно осмислити феномен мережевого дискурсу в контексті сучасної лінгводидактики.

Таким чином, лінгвостилістичний аналіз публіцистичного стилю в умовах мережевого дискурсу засвідчує його багатогранність і динамічність. Дослідження підтверджують, що мова масмедіа та мережевого спілкування вивчається за кількома основними напрямками, які є критично важливими для розуміння сучасних комунікативних процесів.

1.3. Тематична типологія мережевих щоденників

Сьогодні ведення блогу стало популярним заняттям, яке перейшло від особистого до колективного способу спілкування, що поєднує самовираження, інформативний контент та розбудову спільноти. Вебщоденники, або блоги, – це інтерактивні онлайн-платформи, які дозволяють користувачам ділитися думками, досвідом, аналізом та мультимедійним контентом у форматі відкритого доступу, призначеному для різноманітної аудиторії. Завдяки легкості створення, індивідуальному налаштуванню та універсальності форматів блоги стали невід’ємною частиною цифрового повсякденного життя.

Різнманітність блогів демонструє різноманітність інтересів та цілей авторів. Найпоширенішим є особистий блог, у якому автор пише про своє життя, свій досвід, свою культуру або свою точку зору на поточні події. Цей стиль сприяє особистому зв’язку з читачами, створює довіру та є щирим.

Зараз **блоги про війну** мають значний вплив на соціальні мережі. Онлайн-щоденники, такі як «Telegram», «TikTok», «Facebook» та «Instagram», мають не лише функціональне призначення, але й стратегічне значення, що є вирішальним для стабільності українського суспільства перед обличчям прямої агресії. Ці цифрові платформи стали основним, оперативним та справжнім джерелом інформації. Саме вони дозволяють миттєво поширювати інформацію про успіхи Збройних Сил (наприклад, операція «Павутина») та потреби військових.

Блоги ефективно протидіють неправдивій інформації та генерують потужний національний альтернативний наратив, використовуючи емоційну, вільну мову (включаючи елементи сленгу або аргю), яка здатна викликати сильну реакцію. Комунікація тут надмірно емоційна, вона сприяє колективному переживанню наслідків війни, а також сприяє психологічній боротьбі. У цій сфері конфлікт персоналізується через особисті розповіді солдатів та добровольців, що перетворює абстрактну боротьбу на конкретний, зрозумілий досвід для кожного.

Крім того, мережевий дискурс військових є потужним засобом для лінгвістичної самоаналізу та розвитку. Це сприяло швидкому прогресу дерусифікації та перетворило мову України на символ національного опору та свободи.

У цих блогах активно розвивається та поширюється нова військова лексика та жаргон (*орки, русня, спецуха*), що не лише ідентифікує, а й оцінює явища, відрізняючи ворога від захисника. Висока експресивність, яка часто досягається за допомогою метафоричних засобів та сленгу, сприяє емоційному залученню аудиторії. Як наслідок, блоги та соціальні мережі є не лише засобом поширення інформації, а й відіграють значну роль у створенні єдиного національного простору для інформації та мови, необхідного для перемоги та зміцнення ідентичності.

Політичні блоги та публічні сторінки в соціальних мережах (насамперед «Telegram» та «Facebook») в Україні стали незалежними від традиційних медіа та є надзвичайно динамічними та впливовими самі по собі. Вони слугують важливим інструментом для оперативного аналізу, критичної оцінки урядових рішень та формування громадської думки в режимі реального часу. На відміну від офіційних ЗМІ, які можуть мати обмежену редакційну політику, блоги пропонують більш прямий, емоційний та суб'єктивний погляд на події, такі як міжнародні зустрічі, урядові рішення або гучні заяви політичних діячів (наприклад, зневага Трампа до зовнішності українського

Президента). Ця характеристика робить їх особливо популярними серед аудиторії, яка не лише хоче знати факти, але й хоче висловити власну зневагу чи підтримку. Ця аудиторія часто коментує на форумі з високою концентрацією експресивної лексики.

Як наслідок, політичні онлайн-дискусії виконують подвійну функцію: вони є вимірювачем громадських настроїв, що дозволяє політикам та аналітикам спостерігати за реакцією громадян, а також слугують формою політичних дебатів. Ця функція доступна онлайн та сприяє обговоренню політичних питань і розвитку ідентичності.

Також важливо виділити **бізнес-блоги**, які зосереджені на темах підприємництва, лідерства, маркетингу чи брендингу. Вони функціонують як платформа для поширення знань та взаємодії з потенційними партнерами та клієнтами. Політичні блоги, присвячені вивченню поточних подій, аналізу політики, можуть впливати на громадські настрої, сприяти широкому обговоренню.

В українському онлайн-просторі **освітні блоги** та тематичні канали відіграють вирішальну роль в отриманні знань, популяризації науки та підвищенні загальної мовної та культурної грамотності. Сьогодні швидке та неформальне спілкування часто призводить до поширення сленгу, нестандартної лексики та численних граматичних помилок, тоді як освітні блогери (лінгвісти, історики, науковці) відіграють певну роль у стандартизації та популяризації мовних норм.

Вони використовують захопливі, гумористичні або цікаві формати (відео, інфографіку, короткі статті) для пояснення складних граматичних правил, виправлення поширених російських виразів, навчання правильному наголосу слів та збагачення словникового запасу. Ці мережеві щоденники не лише надають інформацію, але й формують нову соціальну норму – прагнення до чистої, стандартизованої та багатой української мови, що є важливим для сталого розвитку національної культури.

Водночас **культурні мережеві щоденники** відіграють незамінну роль у збереженні та відродженні культурної спадщини. Наприклад, такі гурти, як хор «Гомін», що виконує українські пісні, особливо популярний у мережі «ТікТок». Блогери адаптують українську культуру до потреб сучасної аудиторії у захопливий спосіб. Ця діяльність сприяє міжпоколінному обміну інформацією та підкреслює історичну безперервність та унікальність української культури.

Важливе місце у культурному просторі займає програма «Євробачення», яка прославляє Україну на весь світ та є найгучнішою музичною подією. Таким чином, онлайн-платформи сприяють популяризації автентичності, тим самим перетворюючи культурну сферу на потужну силу національної стійкості та самоідентичності.

Спортивні блоги є важливими платформами для оперативного висвітлення інформації про спортивні події. Ці платформи використовуються для створення вірусного контенту та формування медіапортрету зірок спорту. Ці мережеві щоденники мають здатність швидко реагувати на важливі події. До прикладу, боксерський матч між Олександром Усиком та Тайсоном Ф'юрі обговорювався на національному рівні, у тому числі в різних соціальних мережах.

Блогери використовують високу експресивність та образність у своїх текстах, залучають термінологію із різних сфер, а також жаргонізми, щоб передати емоції, які вирують під час змагань. Такий стиль комунікації не лише передає результат, але й створює образ спортивного героя. Спортивні перемоги відображені в мережевих щоденниках, є метафорою національної непереможності.

Багато блогерів вважають корисним поєднувати кілька жанрів в одному профілі, щоб залучити більшу аудиторію. Наприклад, сторінка може включати інформацію про спосіб життя, освіту та подорожі одночасно. Цей тип

комунікації має кілька форматів, що розширює межі спілкування та дозволяє адаптовано реагувати на інтереси підписників.

Незалежно від типу щоденника, фундаментальними компонентами успішного онлайн-щоденника є оригінальність, візуальна привабливість, інформативна цінність та взаємодія. Блогери, які безпосередньо спілкуються зі своїми підписниками, створюють спільноти та діляться контентом, що задовольняє емоційні чи практичні потреби своєї аудиторії.

Завдяки різноманітності форм, легкості створення та постійному зв'язку із соціальними мережами, онлайн-щоденники стали потужним засобом самовираження. Участь блогерів у повсякденному цифровому спілкуванні змінює традиційні уявлення про публічність та взаємодію зі спільнотою.

1.4. Лінгводидактичні студії про вивчення мережевого дискурсу у контексті публіцистичного стилю

Мережевий дискурс є особливим типом комунікативно-мовленнєвої діяльності, яка відбувається за допомогою зв'язку в глобальній мережі, та поєднує в собі ознаки як традиційного письмового, так і усного спілкування. Як зазначає М. Малишева, цей вид дискурсу характеризується змішуванням стилів, оперативністю передачі інформації, мультимедійністю (використанням тексту, зображень, відео) і нелінійністю (за рахунок гіпертексту), а також тенденцією до використання емоційного маркування, скорочень та неологізмів, що відображає його динамічну, неформальну та розкату природу [Малишева, 2022].

Г. М. Труба зауважила, що ці особливості роблять мережевий дискурс унікальним об'єктом для вивчення, оскільки він постійно еволюціонує разом із технологіями та соціальними трендами. Комбінованість – це не просто змішування усного та письмового, а створення абсолютно нової мовної реальності [Труба, 2021, с. 3]. Наприклад, ми часто використовуємо імітацію живої розмови, застосовуючи такі прийоми, як повторення літер для

посилення емоції («дуууже смішно») або вживання звертань, типових для діалогу, у письмовому тексті («ну що, як там?», «Ой, привіт!»). Це відбувається тому, що користувачі прагнуть якомога точніше передати свій емоційний стан і намір, компенсуючи відсутність прямого зорового контакту. Більше того, мультимедійність дозволяє нам інтегрувати немовні елементи – емодзі, меми, гіфки – безпосередньо в мовленнєвий потік, де вони набувають статусу повноцінних комунікативних одиниць, здатних замінити або доповнити ціле речення. Такий дискурс формує специфічну мережеву етику спілкування, де швидкість і неформальність часто переважають над суворим дотриманням граматичних правил. Це, в свою чергу, ставить перед мовознавцями нові виклики щодо визначення мовної норми в цифровому середовищі.

Національна трансформація українського громадянського життя та необхідність вирішення низки політичних, соціально-економічних, культурних та освітніх питань висунули нові вимоги до мовної освіти та усного спілкування сучасних учнів середньої школи. Виходячи з нової національної філософії вивчення мови, існує потреба в більш всебічному та систематичному вивченні повсякденної розмовної мови в різних формах та жанрах. Крім того, спираючись на літературні та мовні традиції України, це вимагає культивування світогляду в молоді.

Мовна та культурна освіта учнів середньої школи включає, зокрема, володіння комунікативними ознаками мови. Мовна культура охоплює дотримання літературних норм та сучасного етикету, розвиток культури мислення, емоційної культури та вербальної поведінки комунікатора.

Сучасна середня освіта повинна забезпечити учням принаймні достатній рівень володіння мовою. Однак аналіз чинних навчальних програм з української мови та шкільної практики показує, що загалом у загальноосвітніх школах недостатньо уваги приділяється розвитку компетенції учнів у публічній мові як у класі, так і поза ним.

Часто спостерігається безпорадність, нелогічність, граматична незграбність та плутанина у мовних висловлюваннях. Однією з причин цього є те, що навіть у незалежній Україні українська мова зараз перебуває у досить негативному становищі. Тому вкрай важливо справді утвердити українську мову як мову навчання у початковій, середній та вищій освіті, а також якомога швидше досягти доброзичливого ставлення громадян України до української мови, історії та культури українського народу.

Зокрема, О. В. Котенко у своїх дослідженнях наголошує на тому, що традиційний підхід до формування мовної культури має бути доповнений розвитком комунікативно-прагматичної компетенції учнів, яка охоплює здатність доцільно використовувати мовні засоби залежно від мети та умов спілкування, що є особливо актуальним у мережі [Котенко, 2024]. Вона підкреслює, що мовна освіта повинна навчити молодь не лише що говорити чи писати, але й як це робити ефективно, переконливо та етично в умовах швидкої та часто агресивної мережевої взаємодії. Таким чином, лінгводидактика має об'єднати аналіз жанрових особливостей мережевих щоденників, де експресивність, емоційність та елементи розмовного стилю є не помилками, а функціональними особливостями, що потребують осмислення.

Перехід до вивчення мережевого дискурсу в контексті публіцистичного стилю вимагає переосмислення методики викладання. С. О. Караман у своїх роботах пропонує інтегративний підхід, де вивчення мови невіддільне від вивчення культури та комунікації. Він вказує на необхідність використання автентичних зразків мережевого спілкування на уроках української мови. Це означає, що замість абстрактних вправ, учням слід пропонувати аналізувати реальні дописи у «Facebook», «Twitter» чи «Telegram» каналах. Такий матеріал є ближчим і зрозумілішим для школярів, що підвищує їхню мотивацію, але водночас вимагає від них навичок критичного стилістичного аналізу. Завдання має полягати не у виправленні сленгу чи ненормативної лексики, а у визначенні, чи є їхнє використання функціонально виправданим (наприклад,

для створення іронії, гумору «свого» середовища), чи це є проявом справжньої мовної недбалості.

Іншою важливою складовою є розвиток риторичних навичок у мережевому форматі. Сучасний публіцистичний стиль, особливо в блогах, має яскраво виражений характер спілкування, де автор постійно взаємодіє з аудиторією. М. І. Пентиліук, досліджуючи проблеми культури мовлення, неодноразово наголошувала на важливості розвитку навичок аргументації та побудови переконливого висловлювання. У лінгводидактичному контексті це трансформується у необхідність навчати учнів цифрової риторики: як формувати переконливі коментарі, спростовувати хибні тези та вести конструктивну полеміку в мережі, уникаючи мовної агресії та маніпуляцій.

Проблема мовної чистоти набуває особливої гостроти у зв'язку з впливом мережевого дискурсу. Швидке поширення неологізмів, жаргонізмів та англійських запозичень через блоги та соціальні мережі стає викликом для формування літературної норми. Наукові праці Л. І. Мацько про культуру мови свідчать, що в умовах глобалізації та потужного інформаційного тиску школа має виступати як стабілізаційний чинник, який, з одного боку, не ігнорує реалії сучасної мови, а з іншого – виховує свідоме ставлення до національної мовної спадщини. Лінгводидактичний підхід тут має бути гнучким: замість простої заборони, слід вчити учнів розуміння, коли і в якому контексті доцільно використовувати сленг (наприклад, у неформальному блозі), а коли необхідно строго дотримуватися літературної норми (наприклад, у офіційній заяві чи есе).

Це вимагає від вчителя української мови не лише глибоких знань стилістики, але й постійного моніторингу мовних інновацій. В. Ф. Фурса у своїх працях, які присвячені словотвору в українській мові, звертає увагу на активні процеси творення нових слів, які ми спостерігаємо зараз у мережі. Лінгводидактика повинна використовувати ці процеси як пізнавальний матеріал, навчати учнів, як створюються нові слова (зокрема, політичні

неологізми, що активно формуються в соціальних мережах), і як вони закріплюються або зникають із мови. Таким чином, вивчення мережевого дискурсу перетворюється на живе, динамічне дослідження, де учень не є пасивним споживачем правил, а активним аналітиком мовних змін [Фурса, 2023].

Не менш важливою є робота зі змішаним текстом, який є основою будь-якого мережевого щоденника. Сучасний пост чи коментар часто містить не лише вербальні елементи, але й емодзі, меми, гіфки та інші візуальні символи. Дослідники у галузі теорії комунікації наголошують, що ці елементи не є просто «прикрасами», а виконують важливу прагматичну функцію – вони передають емоційний тон, іронію, модальність, які часто не можуть бути виражені лише словами.

Варто зауважити, що запровадження аналізу мережевого дискурсу у шкільну програму не є просто модним трендом, а логічним продовженням розвитку української лінгводидактики, що прагне бути актуальною та корисною. Завдання вчителя української мови сьогодні полягає не в тому, щоб виключити мережеву мову зі шкільного обігу, а в тому, щоб очолити процес її осмислення та стилістичної кодифікації. Це вимагає від викладачів оволодіти новими методиками, зокрема, проєктною діяльністю, де учні самостійно аналізують обрані блоги, порівнюють одного чи іншого автора або створюють власні публіцистичні тексти для мережі.

Практика показує, що такий підхід, заснований на дослідницькій діяльності, суттєво підвищує мотивацію учнів і водночас формує їхню національно-мовну свідомість. Учні починають розуміти, що якісна, грамотна українська мова є не лише академічною вимогою, а й потужною комунікативною ознакою високої культури в цифровому просторі. Таким чином, лінгводидактичні студії про вивчення мережевого дискурсу – це не просто засвоєння матеріалу, а виховання компетентної, критичної та культурної особистості, яка здатна ефективно функціонувати в умовах

сучасної публіцистичної та мережевої комунікації. Це є необхідною передумовою для справжнього утвердження української мови в усіх сферах життя.

Висновки до 1 розділу

Сьогодні мережевий дискурс, а особливо блогосфера, є ключовою рушійною силою соціальних та культурних змін. Сучасні цифрові платформи, такі як «Facebook», «YouTube», «Telegram» та «Instagram» стали основним простором для віртуальних спільнот. Еволюція блогу – від простого онлайн-щоденника до мультимедійного інструменту – показує, як технології трансформували спілкування.

В Україні блогосфера вже давно перестала бути просто місцем для особистих думок. Особливо це стосується військових блогів, які стали критично важливими для швидкого поширення інформації, ефективної протидії дезінформації та формування сильного національного наративу. Займають важливе місце й інші тематичні блоги – політичні, освітні й культурні. Вони допомагають стандартизувати мовні норми та популяризувати культурну спадщину у доступних для широкої аудиторії форматах. При цьому сама мова мережевого дискурсу вирізняється високою експресивністю; вона вміло поєднує елементи офіційного та розмовного стилів, активно використовує жаргонізми, візуальні елементи, як-от емодзі, та синтаксичні прийоми для посилення емоційного зв'язку і кращого залучення читачів.

З огляду на реалії, лінгводидактика потребує кардинальних підходів до викладання мови. Замість заборони чи ігнорування мережевого дискурсу, потрібен інтегративний підхід. Учні мають аналізувати автентичні зразки (пости та коментарі) для критичного осмислення функціональності сленгу та емоційних засобів. Ключовою метою є навчання цифровій риторичі: як ефективно аргументувати, вести конструктивну полеміку та свідомо обирати

стиль комунікації залежно від мети. Таким чином, вивчення мережевого дискурсу перетворюється на виховання компетентної та культурної особистості, яка володіє мовою як потужним інструментом впливу в цифровому світі.

РОЗДІЛ 2. КОМУНІКАТИВНІ ОЗНАКИ УКРАЇНОМОВНОГО МЕРЕЖЕВОГО ПРОСТОРУ

2.1. Лінгвостилістичні параметри онлайн-щоденників

Останнім часом у вивченні лінгвістичних особливостей категорія «комунікативні ознаки мови» набула значення в аналізі якості усної та писемної мови. Це сукупність рис, що забезпечують ефективність спілкування та позначають ступінь володіння мовою. У сучасній науковій термінології ці властивості також називають мовленнєвими якостями, комунікативними критеріями, лінгвістичними параметрами спілкування тощо. Визнається понад п'ятдесят ознак, але найпоширенішими вважаються правильність, точність, логічність, чистота, доступність, емоційність та різноманітність мовлення [Струганець, 2016, с. 8].

Правильність вважається відповідністю сучасним стандартам української літератури на кожному рівні мовної системи – фонетичному, морфологічному, синтаксичному та лексичному. Логічність сприяє внутрішній структурній узгодженості висловлювання, що є відповідністю висловлювання його передбачуваному повідомленню. Образність – це процес створення асоціацій між образами та доступність, яка забезпечує легке розуміння тексту аудиторією.

І. Заліпська описує широкий спектр термінів, що описують лінгвістичні якості: точність, конкретність, емоційність, а також достатність, доступність та ясність [Заліпська, 2013, с. 26]. У своєму дослідженні вона також використовує систему лінгвістичних ідентифікаторів – лінгвістичних маркерів, специфічних для певного стилю спілкування в тексті чи висловлюванні. Суперечки навколо нормативності мови були детально досліджені. Так, Т. Коць проаналізувала лексичні процеси в мові ЗМІ протягом 1990-х років [Коць, 1997]. Т. Бондаренко, запропонувала типологію синтаксичних помилок у текстах листів, призначених для публікації, ця

класифікація поділяє помилки на функціональні та нормативні [Бондаренко, 2003]. Інші аспекти цього дослідження включають дослідження функції сленгу в журналістиці, зокрема в контексті соціальних та ідеологічних дебатів [Коваленко, 2003].

Н. Третяк виокремлює тему використання сленгу в друкованих періодичних виданнях, вона наголошувала, що ці мовні одиниці мають як номінативну, так і експресивну функції, вони розширюють комунікативні можливості в тексті [Третяк, 2012, с. 46]. Суперечки навколо образності були детально досліджені Г. Дацишин та О. Ільченко. У своїй дисертації Г. Дацишин досліджує функціонування метафор у політичному дискурсі України з комунікативної, когнітивної та структурної перспективи [Дацишин, 2004]. О. Ільченко додав комплексний підхід до цієї теми, запропонувавши метод аналізу образних одиниць у мові медіа, який включає як когнітивний, так і практичний підходи [Ільченко, 2012, с. 48].

Істотним елементом публіцистичного стилю є експресивний синтаксис, що досліджувала Н. Івкова. Авторка запропонувала опис спільних рис емоційного синтаксису в жанрах письма та визначила важливість стилістичних особливостей для досягнення поставленої комунікативної мети [Івкова, 1979].

Комунікативні ознаки є важливим компонентом лінгвістики. Ці ознаки дозволяють нам оцінити якість, ефективність та вплив мовлення в різних сферах, включаючи освітній процес та мережеву комунікацію. Крім того, ці ознаки не функціонують ізольовано, а взаємодіють одна з одною, що призводить до характерної лінгвістичної ознаки висловлювання. У цифровому мовному середовищі вони набувають нових відтінків, особливо щодо швидкості та різноманітності сприйняття інформації, що вимагає від мовця звертати увагу на точність свого спілкування, його емоційну релевантність та функціональну ефективність.

В онлайн-щоденниках обговорюють різноманітні теми та вподобання. Віртуальне спілкування характеризується особистим стилем мовлення, який зосереджений на непрямому та невимушеному спілкуванні. Блогери зазвичай використовують сленгову термінологію, поширені фрази, а іноді й скорочення, щоб покращити враження від мовлення, збільшити емоційну глибину та мати більш щирий тон. Цей метод сприяє більшій глибині висловлювання, дозволяє точніше передавати власні думки, емоції, а також створює відчуття довіри між автором і читачем. Наприклад, використання жаргону: *«Павутина вийшла в тренди, а русня – в осадок . Все по класиці»* [Facebook, 8.06.25]; *«Малюк – топ! Чел реально зробив павутину, а не той ваш Снайдермен»* [ТікТок, 4.06.25];

Електронні щоденники часто використовуються їхніми авторами як засіб самовираження та роздумів про себе. Автори діляться власним досвідом, думками та емоціями: *«Та це просто **ЖЕСТЬ**, а не операція! СБУшники як завжди на стилі – тихо, чітко, без зайвого хайпу, а результат – мінус 40+ бортів! Я сиджу з кавою, читаю новини, а в русні вже паніка, як у мурашнику після дощу. Малюк – це вже не просто прізвище, це символ. Реально, якби знімали фільм про цю “Павутину”, то навіть Голлівуд би не витягнув такий сюжет. І головне – усе по красоті, без понтів, але з ефектом вау. Пишаюсь, що живу в країні, де навіть спецоперації мають вайб і стиль. Чекаю другу серію, бо це вже не просто новини – це контент, який хочеться дивитись з попкорном»* [Instagram, 3.06.25].

Онлайн-щоденники в цифрову епоху – це не лише засіб самовираження, а й повноцінна платформа для спілкування з іншими людьми. Автори та читачі беруть участь у дискусіях, відповідають на запитання одне одного, діляться своїми думками, обговорюють свої аргументи, надають підтримку одне одному, критикують, що сприяє динамічному та жвавому обміну між авторами та читачами. Цей тип обміну не обмежується лише висловленням думок, він

також сприяє розвитку емоційних зв'язків, створенню спільнот та народженню нових культурних тенденцій у мережевому просторі.

Багато блогерів беруть активну участь у житті суспільства, вони відкрито обговорюють свої погляди на соціальні, політичні, етичні проблеми, критикують брак справедливості або, навпаки, підтримують прогресивні ініціативи. Ці платформи сприяють не лише обміну думками, але й формуванню ідеологічних кіл навколо платформи, які можуть впливати на погляд громадськості, передавати конкретні наративи, що описують світ таким, яким він є, а іноді призводять до соціальних змін.

Окрему роль у комунікаційній структурі блогосфери відіграють інтерактивні механізми: опитування, стріми, голосування, флешмоби та челенджі. Вони заохочують аудиторію до участі у створенні контенту, пропагують концепцію відчуття приналежності до інформаційного простору, а також сприяють горизонтальній розмові між автором та спільнотою.

Онлайн-щоденники, серед іншого, залишаються формою письмового вираження внутрішнього світу людини. Вони сприяють фіксації тимчасових станів розуму, глибоких переживань та філософських досліджень. Усе це віддзеркалює мовне обличчя автора. Через ці тексти ми можемо зрозуміти не лише особистість автора, а й дух часу, соціальні трансформації та мовні зміни.

Важливість лінгвістичної стилістики у сфері блогерства є надзвичайно важливою: кожен автор створює свій власний унікальний стиль мовного вираження. Одні люди тяжіють до естетичного, вишуканого мовлення, інші ж виражають свої емоції легкою або навіть формалізованою мовою. Ця мінливість лише збільшує різноманітність української мови та демонструє її здатність адаптуватися до нових культурних та мовних викликів.

Онлайн-щоденники також є показником національної свідомості. Матеріали демонструють прагнення авторів зберегти мовну спадщину своєї країни та сприяти культурному та мовному розмаїттю України в глобалізованому просторі. Наприклад: *«Жасминовий куц, Аромат і краса...*

Люблю ці білі квіти, Що творять чудеса. Збираю та посушу, Додам до свого чаю, Корисно і ще смачно, Той аромат вдихаю.» 14.06.2025р. «Жасмин» Леся Кучвара [#віршілесякучвара](#) [Facebook, 14.06.25]; «Черешні українські, Солодкі, особливі, Червонобокi ягоди, Вилискують звабливі. Нарву їх повен кошик, У них дитинства смак, Черешні червоніють, Оптимістичний знак.» 12.06.25р. «Черешні» Леся Кучвара [#віршілесякучвара](#)» [Facebook, 12.06.25].

Однією з найвизначніших характеристик української цифрової мови є її насиченість темами. У блогах часто обговорюються соціальний розвиток, політика, культура, література, релігія, сімейні цінності та особисті історії. Наприклад: «**Ведмежатко, ведмежа Де твоя хатина Загубилось ведмежа На чужих стежинах... Занесло за океан Від орди страшної Розлетілись по світах Діти рідні мої... Ведмежатко, ведмежа Хочу обійняти, Українцям щиро зичу, В мирі процвітати, Ворога прогнати Землю свою відібрати Захист власний мати Усіх, хто хоче війни Подалі послати.**» 5.07.2025р. «Ведмежатко» Леся Кучвара [#віршілесякучвара](#)» [Facebook, 5.07.25].

Наступною ознакою українських блогів є унікальність та особистий стиль автора. Оскільки щоденники за своєю суттю є особистими та експресивними, вони природно розкривають унікальну систему поглядів та індивідуальні характеристики власника. Ці тексти містять як позитивні емоції та яскраві моменти, так і переживання, втрати та труднощі, що сприяє їхній щирості та реалістичності життєвих історій: «**Ходжу вчора лісом сама-одна, забрела ого-го куди, в лісі сухо, листя торішнє аж хрускотить під ногами. Грибів мало – посуха, десь один-другий з-під листя вигулькують ошелешені, аби ковток повітря хапнути. Круглі, як бочечки, гарні, каталожні такі гриби. Та шукаю плюси: 1.Зате людей немає у лісі – і то вже радість. 2. Не заморочишся їх чистити. Йду, значить, лісом, пісеньки вигадую, співаю, що в голову прийде. – Гей, були у мене свишині, мали свишині очі сині.... А тоді про коней – гей були у мене коооні, спали коооні на балконі...- - гей були у мене лoooосі, голомозі лoсі бoсі... ну і так далі. Час від часу грибик надібую,**

значення: правильне написання, пунктуація та структура речень важливі для сприйняття тексту.

Сьогодні сучасний блог складається не лише з тексту. Візуальний контент, включаючи зображення, малюнки, інфографіку або навіть анімований контент, допомагає передати атмосферу, покращити естетику публікацій та залучити аудиторію. Фотографія служить засобом вступу в обговорення подій, місць та факторів навколишнього середовища, що робить блог більш візуальним та живим.

Відеоформати набирають популярності – від коротких постів та оглядів до повномасштабних вебсемінарів. Завдяки відео автор може легше передавати інтонацію, емоції та демонструвати власні проєкти чи події майже в миттєвий час, що створює враження прямого контакту з аудиторією.

Інтерактивність не менш важлива: коментарі, опитування, соціальні посилання, дискусії – все це сприяє активній спільноті навколо блогу. Читачі не лише споживають контент, а й беруть участь у його обговоренні, що робить платформу для блогів форумом для розмов та колективного мислення.

Для ефективної комунікації автори щоденників повинні враховувати характеристики своєї аудиторії, а саме: вік, інтереси, стиль спілкування. Правильний вибір інструментів комунікації для конкретних запитів сприяє створенню максимально релевантного та привабливого контенту.

Цікавим є те, що перший документований веблог був створений програмістом Джастіном Холлом у 1994 році, він вів особистий вебсайт, який зараз вважається першим блогом в «Інтернеті». Відтоді формат блогу зазнав значного розвитку: від простих письмових постів до повноцінних мультимедійних платформ.

Автори використовують щоденники не лише як засіб самовираження, але й як місце для обміну своїми думками та емоціями з читачем. Крім того, вони звертаються до останнього безпосередньо та впевнено. Зазвичай вони

використовують конструкції на кшталт «бачу це», «близько мені» та «я вірю», що підвищує інтимність та автентичність тексту.

У цих блогах найчастіше використовується природна, повсякденна мова. Автори уникають складної або застарілої термінології, натомість вони зосереджуються на простому спілкуванні, близькому до повсякденної розмови. Такий стиль створює ефект присутності: ніби ви розшифруєте лист від дорогої людини. Часто письменники доповнюють свій опис поетичними засобами – метафорами, епітетами, порівняннями, що сприяє глибшому відчуттю їхнього емоційного стану.

Контекст країни є особливим у змісті українських блогів: лінгвістичні, культурні, історичні посилання. Автори із задоволенням використовують народну термінологію, фрази та приказки, що додають відчуття автентичності та духовності українській традиції та літературі. Щоденники часто мають тон глибокої поваги до мови як засобу живої пам'яті та ідентичності.

Віртуальне спілкування, яке здійснюється через блоги, має свої унікальні лінгвістичні особливості. Залежно від цільової аудиторії, стиль письма може змінюватися від формального до неформального. В обох випадках дотримання лінгвістичної точності, послідовності викладу має першорядне значення. Це сприяє здатності автора переконати читача та забезпечує засоби для щирої розмови.

Цікавий факт, що згідно з дослідженням, проведеним українським інститутом медіа, кількість активних українських блогів значно зросла після 2022 року. Це свідчить про популярність формату, а також про бажання створювати та підтримувати культурний контент рідною мовою, який також присутній у цифровому просторі.

2.2. Правильність

Коли ми говоримо про свідоме володіння мовою, ми маємо на увазі, перш за все, здатність дотримуватися літературних норм. Порушення цих

правил є не просто формальністю, а й демонструє неповагу до мови як важливого аспекту соціальної поведінки та засобу національної ідентифікації.

Основною ознакою ефективного мовного спілкування є його нормативність, яка визначається як дотримання правил писемної системи. Показники мовної правильності в мовленні включають різноманітні елементи: наголос слів, вибір мовних засобів і відсутність двозначностей. Іншими важливими факторами є морфологічна правильність (узгодженість форм між числами, відмінками, а також логічна та граматична правильність речень), які сприяють зовнішньому вигляду тексту та впливають на його ясність. Усі перелічені компоненти є не лише інструментами передачі інформації, а й стандартами мовленнєвої культури.

Правильність мовлення має вирішальне значення для ефективної комунікації, оскільки дозволяє передавати думки точно, ясно. Крім того, це ознака професіоналізму мовця, його освіченості та ступеня поваги до аудиторії. Саме завдяки послідовному дотриманню мовних правил мова зберігається як єдине ціле, є гнучкою та може розвиватися, реагуючи на запити суспільства.

Важливо зазначити, що велика кількість щоденникових записів відповідає стандартам сучасної української літературної мови. Яскравими прикладами нормативного мовлення, що демонструє високу мовну культуру користувачів, є численні враження від подій: культурних, спортивних та суспільно-політичних.

Приклади підтверджують здатність мережевого дискурсу підтримувати високі стандарти норми. Також варто звернути увагу на коментарі користувачів, присвячені успішним військовим операціям, як-от «Павутина»: *«ЗСУ вкотре показали, що тримають руку на пульсі, діють без зайвих слів, зате з точністю хірурга. Операція – влучили в десятку, і ворог кусав лікті, не розуміючи, звідки прийшло»* [TikTok, 1.06.25]. Зразком є відгуки, присвячені фільму «Конотопська відьма»: *«Я б із задоволення подивився ще й ще – хоч би*

тисячу разів, бо щоразу це не просто перегляд, а переживання, внутрішній рух і гордість за наше кіно. Український фольклор ожив, і тепер він не в пильній книзі – він на екрані, в кожному серці, в кожному погляді глядача» [ТікТок, 17.09.24]; або емоційні відгуки публіки після перегляду Євробачення: «Атмосфера – як магнітна буря кольорів і тембрів, яка викликала в душі цілий спектр почуттів – від тихої радості до гучної гордості. Кожна країна – ніби окрема планета, що обертається в орбіті культурного багатства, і серед них Україна – як вогник свободи, який не згасає, а палає дедалі яскравіше» [ТікТок, 18.05.25].

Незважаючи на наявність зразків нормативного мовлення, під час дослідження мережевих щоденників було виявлено значну кількість проблем з мовленням, що свідчить про системні порушення мовних норм у певній частині користувачів. Ці відхилення виникають здебільшого через вплив суржику та неформальності спілкування. Ці проблеми охоплюють лексичні, морфологічні, синтаксичні, стилістичні, орфографічні та пунктуаційні аспекти.

Значне занепокоєння викликають лексичні помилки та елементи суржику, які поширені в коментарях користувачів у соціальних мережах, що є прямим наслідком тривалого впливу російської мови. Найбільш чисельними є русизми, які замінюють нормативні українські слова, а також морфологічні форми, які не відповідають українській граматиці. Зокрема, у коментарях до спортивних подій (бокс), культурних заходів (Євробачення, фільми) та військових новин були зафіксовані такі приклади: «... я не фанат боксу, **но** [нормативно: але] за Усика вболіваю **постоянно** [нормативно: завжди]. Він не просто спортсмен, він символ. І цей бій – доказ того, що українці не здаються. Ф'юрі був сильний, але не такий технічний. Усик його **переіграв** [нормативно: переграв]. Але трохи **напрягло** [нормативно: напружило], що в деяких раундах **суд'ї** [нормативно: судді]...» [Telegram, 26.12.24]; «Я дивилася фінал з друзями, і **чесно** [нормативно –

чесно] – не **ожидала** [нормативно: не очікувала], що переможе саме Австрія...» [TikTok, 22.05.25]; «Ну я чесно не **поняв** [нормативно: не зрозумів], як так вийшло. Австрія виграла, а я навіть не **запомнив** [нормативно: не запам'ятав] ту пісню. **Вроді** [нормативно: ніби] співав голосно, але душі не було...» [TikTok, 18.05.25].

Ці приклади, як-от «но», «постоянно», «не ожидала», «не понял», «запомнив», демонструють стійку заміну українських лексем або дієслівних префіксів на російські відповідники.

Проблеми стосуються і побутової тематики та кінооглядів: «Я вчора ходила на “Конотопську відьму” і чесно **говоря** [нормативно: кажучи], я вражена. Фільм дуже атмосферний, такий, що мурашки по **кожі** [нормативно: по шкірі]. Але деякі моменти були трохи **затянуті** [нормативно: нудні]... Але загалом, я **довольна** [нормативно: задоволена], що в нас знімають таке кіно, яке не **стидно** [нормативно: соромно] показати за **границею** [нормативно: за кордоном]» [TikTok, 10.09.24]; «Фільм не **плохий** [нормативно: непоганий], я **ожидав** [нормативно: очікував] більше жахів. Було більше драми і філософії, ніж страху. Але сюжет **інтересний** [нормативно: цікавий], **особенно** [нормативно: особливо] як показали ту трансформацію героїні. Мені не **хватило** [нормативно: бракувало] трохи екшену, але музика і візуал – на висоті. Деколи діалоги були трохи штучні, але це не **портить** [нормативно: псує] загальне враження. Я би радив подивитись, **особенно** [нормативно: особливо] тим, хто любить український фольклор» [Telegram, 10.09.24].

У цих висловлюваннях, окрім лексичних заміन «довольна», «затянуті», «не плохий», простежується й заміна українських граматичних конструкцій «чесно говоря» замість «чесно кажучи».

Ситуація з русизмами також яскраво представлена у коментарях, присвячених боксу та політиці: «Я не **очень** [нормативно: дуже] розбираюсь в боксі, **но** [нормативно але] цей бій мене **реально** [нормативно: справді]

вразив. Усик такий **смирний** [нормативно: спокійний], але в той же час такий сильний. Я дивилась з **мужем** [нормативно: чоловіком], і ми обидва кричали, коли він попав Ф'юрі в **башку** [нормативно: голову]. Це було як в кіно! Але я не **поняла** [нормативно: зрозуміла], чого Фюрі після бою почав **щось** [нормативно: щось] **балакати** [нормативно: говорити] про війну і що він програв через це. Це якось не чесно. Усик виграв, бо він **лучший** [нормативно: кращий], а не через політику» [ТікТок, 23.12.24]; «Я дивилась бій з подругами, і ми всі були в **шоке** [нормативно: в шоці], як Усик **держався** [нормативно: тримався]. Він такий витривалий... І ще – як він в 9 раунді **чуть** [нормативно: ледь] не впав, я думала, **шо** [нормативно: що] все, нокаут. Але він **видержав** [нормативно: вистояв]... Я плакала в кінці, **чесно** [нормативно: чесно]. Усик – герой!» [Facebook, 29.12.24]; «Я в **шоке** [нормативно: в шоці] від того, наскільки **всьо** [нормативно: все] було продумано. Наші реально показали, що можуть бити по болючому. І головне – без жертв серед цивільних. Але я не **поняла** [нормативно: зрозуміла], чого про це так мало говорять на західних каналах. Це ж **історичиский** [нормативно: історичний] момент! 41 літак – це не **шутки** [нормативно: жарти]... Це ж **уровень** [нормативно: рівень]!» [Telegram, 10.06.25].

У цих випадках фіксується висока концентрація русизмів («попав в башку», «лучший», «держався/видержав», «не шутки», «уровень», «всьо»), які вживаються поряд з українськими словами, що створює виразний суржиковий колорит, характерний для невимушеного усного мовлення, перенесеного в письмову форму.

Користувачі активно використовують калькування і ненормативні слова («горжусь» замість *пишаюсь*, «невероятне» замість «неймовірне», «на обгон» замість *на випередження*, «лучший» замість «найкращий»), що свідчить про необхідність посилення уваги до чистоти лексичного запасу.

Крім лексичних огріхів, очевидними є й інші проблеми з мовленням, зокрема граматичні та синтаксичні. Вони проявляються у порушенні

узгодження слів, неправильному вживанні відмінкових форм, а також утворенні ненормативних ступенів порівняння прикметників. Ці помилки часто ускладнюють сприйняття і свідчать про низьку граматичну компетентність автора.

До прикладу: «*Я просто не можу повірити що це відбувається. Трамп критикує нашого президента **зате** [нормативно: за те] що він не носить костюм., а «**найбільшкращий**» [нормативно: найкращий] американський президент зосереджується на одязі! Це просто **жахливий** [нормативно: жахливо]... Він показує що він **бути** [нормативно: є] з народом, з солдатами, а не сидить в кабінеті в **дорогий** [нормативно: в дорогому] костюмі. Трамп явно не **розуміють** [нормативно: не розуміє] що означає справжнє лідерство під час війни і він **насміхатися над ним** [нормативно: насміхається з нього]...» [ТікТок, 10.03.25].*

Тут зафіксовані помилки у написанні часток («зате» замість «за те»), ненормативні форми вищого ступеня порівняння («найбільшкращий»), неправильні форми прикметників («жахливий» замість «жахливо») та дієслів (не «розуміють» замість «не розуміє», «насміхатися» замість «насміхається»).

Такі відхилення стосуються і морфологічних норм: «...*Олена Тополя це просто вогонь! Голос у неї **наймовірніший** [нормативно: неймовірний], а пісні прямо в душу западають...*» [ТікТок, 10.05.25]; «... ну чесно, я не фанат Зеленського, але тут він **найправіший** [нормативно: правий]. Не в **піджаке** [нормативно: піджаку] справа. Важливо, що він **самий** [нормативно: сам] говорить і як себе веде. А Трамп як завжди – що в голову **приходити** [нормативно: приходить], те і **ляпати** [нормативно: ляпає]...» [ТікТок, 10.03.25]; «*Тополя **молодчиночка** [нормативно: молодець] що не поїхала за кордон як інші. Залишилась і **розвивати** [нормативно: розвиває] культуру в Україні. Хоча могла б давно в Європі чи Америці кар'єру робити з таким*

талантищем [нормативно: талантом]. Але наше *саме краще* [нормативно: найкраще]!» [YouTube, 10.06.25].

Особливо поширеними є помилки у відмінюванні іменників («піджаке»), творення префіксів («саме краще», «наймовірніший»), а також заміна дієслівних форм інфінітивом («розвивати» замість «розвиває»).

Мережеві щоденники часто містять стилістичні помилки, що виникають внаслідок недоречного поєднання різних стилів або використання кліше та канцеляризмів у неформальному контексті. Стилiстичний огріх полягає у змішуванні високого (офіційно-ділового) та низького (розмовного, жаргонного) стилів, а також у вживанні надмірно емоційних, інколи вульгарних, виразів.

Наприклад: «**Я вважаю**, що Усік зробив діло як нада! Фьурі просто розгубився як школяр. Горжусь що я з того самого народу що і УСИК!! Це був справжній БІЙ!!!» [YouTube, 27.12.24]; «**Доводжу до вашого відома**, що я просто вражений, ну це просто взрив мозга!!!» [YouTube, 1.06.25]; «**Перепрошую**, залишіть в спокої цю дівчину, постійно чую таке: «Я не поняла, а хто вона така що тепер зірка? Вчора ще мем, а сьогодні вже на обкладинках». Хай собі буде!» [TikTok, 10.05.25]; «**По-перше** ну я всьо розумію, але що то за піджак у нього був – як з базару на Петрівці. **По-друге** Трамп тоже в шоці, кажись! Смотрів 3 рази – сміявся так, що чуть не подавився чаєм» [Instagram, 19.03.25]; «**З моєї точки зору** ясно що ми луччі були, а виграли ті що з блискучим костюмом і без голосу!» [Instagram, 19.05.25]; «**Доводжу до вашого відома**. Я такий фільм ще не бачив! Це ж просто якась містіка з сільською душею...» [TikTok, 10.09.24].

Використання канцеляризму «Доводжу до вашого відома» в емоційному коментарі про фільм чи операцію («взрив мозга») є яскравим прикладом стилістичного дисонансу. Фрази «зробив діло як нада» та «з моєї точки зору ясно що ми луччі були» є ненормативними кальками або розмовними кліше, що знижують загальний рівень мовлення.

У мережевих щоденниках простежуються численні орфографічні помилки, які часто є наслідком фонетичного письма (орієнтації на вимову, а не на орфографічні правила) та швидкісної комунікації: «... *В нас виступ був по-лютськи, з душею, а ті шо виграли – світло мигало і все. Я просто росчарована! Шось з тими журі не те робиця! На наступний раз треба щоб голусували тільки люди бо ті експерти вже надоїли!*» [Telegram, 18.05.25]; «*Та ну... я думав шо то буде якась шляпа, а воно виявелось дуже даже прикольно! Там атмосфера така як в дитинстві в силі у бабки, тільки ше магія всяка додана]] І та актриса шо відьму грає – ну просто бомба! Так глядиць шо я аж попкорм їв тихше*» [Telegram, 10.09.24]; «*Люди добрі, то ж не бій був – то лигенда!!! Усік бився як лев, я взагалі горжусь шо він наш! В момент коли Фьорі вже чудь не впав, я вже скакав по хаті і кричав як навижиней... Це наш національний герой, так держать!!*» [TikTok, 27.12.24]; «*Ну чесно кажучи, той піжак шо був на тому премєр-міністрі – то якийсь треш. Можу то модно десь у їх Амириці, но в нас би такого навідь на весіля ни вдягнули. А як Трамп на нього глянув – то я чудь не подавився чайом! Таке враження шо він сам не знав в шо вліз...*» [TikTok, 10.03.25].

Типовими є фонетичні транскрипції («по-лютськи», «росчарована», «робиця», «лигенда», «чудь»), діалектизми («навижиней», «ни вдягнули»), а також помилки у написанні слів іншомовного походження («премєр-міністрі», «Амириці»).

Крім орфографії, у результаті моніторингу коментарів простежується масове недотримання пунктуаційних норм, що є, мабуть, найбільш поширеним типом помилок у мережевому дискурсі. Ці відхилення включають пропуск розділових знаків (коми, тире, двокрапки) у складних реченнях, перед сполучником «шо» (що) та при звертаннях, що відображає тенденцію до передачі тексту як єдиного, нерозчленованого потоку свідомості або усного мовлення, де паузи замінюються емоційним змістом, а не граматичними правилами.

Прикладами цього є: «Ніяк не можу заспокоїтись після того [пропущено розділовий знак] **що** вони нам стільки мало балів дали!!! Наші виступили з **серцем** [пропущено розділовий знак] **емоції** були справжні [пропущено розділовий знак] **а** ті [пропущено розділовий знак] **що** виграли [пропущено розділовий знак] **то** тіпа шоу [пропущено розділовий знак] **але** без душі...» [TikTok, 17.05.25]; «...оцей фільм мені пробив **мозг** [пропущено розділовий знак] **чесно**. Я думав [пропущено розділовий знак] **що** буде чергова страшилка [пропущено розділовий знак] **а** воно такий мікс містики, села і нашої правди, **що** просто **ух** [пропущено розділовий знак]...» [TikTok, 10.09.24]; «Ну я звісно не експерт по моді [пропущено розділовий знак] **но** той піджак то був явно із рубрики «сам шив». То **що** він вийшов до Трампа в тому пальті [пропущено розділовий знак] **то** треба мати наглість і стиль! Трамп так глянув [пропущено розділовий знак] **якби** хотів сказати...» [TikTok, 10.03.25]; «Ну це просто **неймовірно** [пропущено розділовий знак] **я** коли прочитав [пропущено розділовий знак] **що** наші зробили [пропущено розділовий знак] **то** в мене [пропущено розділовий знак] **аж** мурахи по шкірі. Такі дії [пропущено розділовий знак] **як** павутина має весь світ бачить [пропущено розділовий знак] **щоб** розуміли з ким мають справу не якісь там аматори [пропущено розділовий знак] **а** ПРОФІ. Слава ЗСУ!!!» [TikTok, 10.06.25].

Ці приклади підтверджують нехтування правилами розділових знаків у складних синтаксичних конструкціях, що, хоча і є типовим для мережевого мовлення, ускладнює чітке структурне сприйняття тексту.

У результаті дослідження лінгвістичних властивостей онлайн-щоденників чітко продемонстровано наявність двох протилежних тенденцій: з одного боку, існує велика кількість зразків високоякісного, нормативного українського мовлення, що використовує багатий арсенал тропів (метафори, епітети, порівняння), з іншого – спостерігається значна кількість мовленнєвих помилок у висловлюваннях користувачів, що свідчить

про порушення мовної норми в цифровому просторі. Домінування русизмів, суржику та морфологічних/синтаксичних огріхів підкреслює необхідність постійного вдосконалення культури мовлення. Недотримання орфографічних та пунктуаційних норм, зумовлене швидкістю та неформальністю комунікації, є технічним викликом для писемної культури.

Проте, сам факт такого інтенсивного, хоч і помилкового спілкування українською мовою вказує на його динамічний розвиток та проникнення в усі сфери суспільного життя. Виявлені відхилення, як-от: лексичні та стилістичні, є важливим матеріалом для лінгвістичних досліджень, оскільки вони відображають реальний стан мовної свідомості суспільства в умовах війни та інтенсивної національної самоідентифікації.

2.3. Чистота мови

Поняття мовної чистоти відображає дотримання у висловлюванні компонентів, які є частиною літературної норми, і, відповідно, протиставляється вживанню елементів, що перебувають поза її межами. До останніх належать жаргон, сленг, просторіччя та вульгаризми. Нелітературні мовні одиниці викликані різними причинами: бажанням виділитися, асоціюватися з певною соціальною групою чи субкультурою, виразити інтенсивні емоції, досягти експресивного ефекту або ж орієнтуватися на економію мовних зусиль.

Іноді словникового запасу норм недостатньо для точного опису поняття – це зустрічається, коли мовці обирають спеціалізовану термінологію або ж створюють нові слова для позначення явищ, характерних для цифрового середовища, як-от інтернет-сленг. У сучасному мережевому дискурсі, особливо серед блогерів та активних користувачів соціальних мереж, субстандартна лексика використовується як стратегічний прийом для досягнення неформального чи емоційного ефекту, забезпечуючи зближення з аудиторією та імітацію живої, «своєї» розмовної мови.

У лінгвістиці існує ціла низка досліджень, присвячених функціям ненормативної лексики у віртуальній комунікації. Згідно з працями науковців (зокрема, Л. Масенко, О. Сербенської), ненормативна лексика у мережі виконує не лише номінативну, але й низку важливих прагматичних функцій. Передусім, це ідентифікаційна функція: використання сленгу чи жаргону слугує маркером приналежності до певної інтернет-спільноти або вікової групи (наприклад, молодіжні англіцизми). По-друге, це функція мовної економії: сленгові скорочення чи місткі жаргонізми дозволяють швидко та емко передати складні емоції чи оцінки. По-третє, це функція ігрового елемента: девіації від норми можуть бути свідомим засобом мовної гри, гумору та іронії. Мережевий простір, де відсутній жорсткий контроль норми, став ідеальним середовищем для розквіту так званого «цифрового вернакуляру» – динамічної, гібридної мовної форми, що поєднує нормативні елементи з просторіччям, сленгом, діалектизмами та русизмами, які часто зустрічаються у формі суржику.

У контексті українського мережевого дискурсу найпомітнішим порушенням мовної чистоти є масове використання суржику, який особливо часто трапляється в емоційних, необроблених текстових фрагментах, що публікуються в соціальних мережах. Суржик у цьому середовищі несе не лише слід історичного білінгвізму, а й часто використовується як свідомий елемент для створення інтимної, розмовної атмосфери, що підвищує довіру аудиторії.

Розглянемо приклад використання суржику та русизмів, у дописах, що стосуються військових, політичних та культурних подій: *«**Слушайте**, я не знаю як ви, а я до сих пор... **вдумайтесь**: 41 самальот, стратегічні бомбардувальники, ті самі, шо запускали ракети по наших містах – і всьо, нема їх! І це не десь там на фронті, а в самій глибинці **рашки**, за **много** кілометрів! Я як прочитав, шо вони ті дрони запускали з **фур**, шо стояли в тилу **врага**, то в мене аж мурашки по **кожі** пішли. Ну це ж треба було таке **придумать**...»* [TikTok, 8.06.25]; *«... я як прочитав про ту операцію, то чуть*

з *постелі* не вправ. *Наші хлопці таке дєлають*, шо у фільмах не покажуть! То ж треба було так усе *спланірувать*, шоб аж ворог *не поняв*, звідки прилетіло! Як *говарю* – не армія, а машина! Кожна така спецоперація – то *доказательство*, шо ми не просто там воюєм, а працюєм з *умом*...» [Instagram, 8.06.25].

У цих прикладах фіксується висока концентрація русизмів та суржикових конструкцій: «*слушайте*», «*до сих пор*», «*вдумайтесь*», «*самальот*», «*всьо*», «*рашка*», «*много кілометрів*», «*по кожї*», «*дєлають*», «*спланірувать*», «*не поняв*», «*говарю*», «*доказательство*», «*воюєм*». Ці елементи є маркерами нелітературності й виникають як результат міжмовного контакту.

Вони ж з'являються і в коментарях про Євробачення, спортивні події чи фільми, знижуючи рівень мовної чистоти: «*Слушай*, ну я ж дивився і думав, ну от зараз – як *бахнет* наш номер, то всі просто *охрініють*! А воно як *всегда*: всі руки *вверх*, всі *пищать*, а в результаті судді нам *дають* якісь смішні бали...» [YouTube, 20.05.25]; «*Та ти знаєш*, я *тот* фільм включила проста *шоб* на фоні *шось іграло*, а потім така думаю – а *шо* це воно таке чудне... і *залипла*! Там *столько* *всього* *намішано*, і та баба-відьма *такая* *атмосферна*, шо я аж...» [Facebook, 8.09.24]; «Я як *врубив* бій, то аж *піцу* *перестав жувать*. Усік *вийшов* як *термінатор*, ну просто *гордость* країни! Як почав того *Ф'юрі ганять* по рингу, так я і *спомнив* всі ті моменти, як ми *переживали*...» [TikTok, 28.12.24].

Слова: «*проста*», «*шось іграло*», «*тот*», «*столько*», «*охрініють*», «*ганять*», «*спомнив*» є яскравими прикладами суржику, що свідчить про глибоке проникнення цього явища в повсякденну комунікацію, включаючи й мережеву.

Окрім суржику, досить часто у висловлюваннях користувачів в електронному середовищі фіксується використання вульгарної лексики та різноманітних емоційних висловлювань. Хоча ненормативна лексика та

вульгаризми традиційно перебувають поза межами літературної норми, у мережевому дискурсі, особливо в умовах високої емоційної напруги (війни, політичних баталій, спортивних протистоянь), вони виконують функцію гіперекспресії, розрядки напруги та підкреслення солідарності.

Користувачі використовують їх для миттєвої, нецензурованої реакції на події: *«Та це просто **капець**, що наші витворили...»* [Facebook, 8.06.25]; *«... **та що за фігня** з тими балами?! Наші виступили **круто**, а ті, що виграли – просто блимають лампочками і пищать, **крінжатіна**...»* [Telegram, 20.05.25]; *«Усік – **машина**, **твою девізію!** Я як дивився, то аж пивом **захлебнувся**, коли він того Ф'юрі **влупив**. Та він його не просто побив – він його **розмазав**, як масло по хлібу...»* [TikTok, 28.12.24].

Експресивні вигуки *«твою девізію», «афігезний»* є способом передачі максимальної оцінної інтенсивності.

Навіть у більш стриманих, але критичних коментарях, фіксуються слова на межі норми: *«... ну я **всьо** розумію, але той піджак – **то просто звіздець**. Хто йому то порадив **вдягнути?** Трамп стоїть, як ні в чому не бувало, а наші – **як з базару**...»* [TikTok, 8.03.25]; *«От чесно – **я офігів**, коли побачив. Наш Вова в костюмі, як справжній дипломат, а не в тій своїй **хакі-шмотці**. І виглядав, як треба – строго, впевнено, **по-людськи, не трешово**. І що саме головне – не забув, хто він і звідки. Молодець, **блін**, отак і треба!»* [YouTube, 29.06.25].

Ці приклади підтверджують, що в мережевій комунікації емоційна потреба часто домінує над дотриманням мовної чистоти, роблячи вульгаризми рушійною силою експресії.

Не менш помітною ознакою мовної нечистоти є непомірне захоплення чужомовними словами, переважно англіцизмами, які набувають статусу молодіжного сленгу або жаргонізмів. Ці запозичення, часто невинувдані, оскільки мають українські відповідники, використовуються для маркування

«сучасності», «прогресивності» та «глобальності» автора. У мові мережевих щоденників вони набувають статусу трендових маркерів.

Подібне захоплення може спотворювати структуру мовлення та знижувати його комунікативну ефективність для загального кола читачів, хоча й підвищує її для вузької молодіжної аудиторії: *«Це не просто меседж, це прям statement на весь світ. Наші зробили таку штуку, що в мене аж краш на FPV-дрони. І хейтери, які кажуть...»* [TikTok, 8.06.25]; *«Ziferblat – це мій краш з першого акорду. І я не розумію, як можна було дати їм файн місце. Тупу, hello, меседж, естетика, вайб – все було! А ті, хто виграли, ну... візуал є, душі нема...»* [TikTok, 18.05.25]; *«Це не фільм, це відьомський маніфест. Я реально в шоці, як можна було так поєднати фольклор, треш і меседж. І та гьорл – це не просто персонаж, це краш року...»* [Instagram, 8.09.24].

Тут фіксується вживання сленгових одиниць «краш» (захоплення), «statement» (заява), «меседж» (повідомлення), «вайб» (атмосфера, відчуття), «гьорл» (дівчина), які свідчать про лексичну недбалість або свідоме орієнтування на субкультурний код.

Те саме простежується в спортивних та політичних коментарях: *«Усик – це не просто боксер, це walking меседж. Він вийшов, як легенда з майбутнього, і зробив Ф'юрі контентом для TikTok. Я реально кричала, коли він його влупив. І хейтери, які кажуть...»* [TikTok, 28.12.24]; *«Я не знаю, хто стиліст, але це був лук на мільйон мемів. І я не іронізую – це був меседж: “Я тут не для глянцю, а для справ”. І Трамп реально завис, як Windows 98. Хейтери, які пишуть, що “неформально” – та це ж і є фішка! Український swag у чистому вигляді»* [TikTok, 8.03.25].

Поєднання таких англіцизмів, як «лук», «swag», «контент», «хейтери», «ріл» із розмовною українською мовою створює молодіжний стиль.

Жаргонізми становлять одну з найбільш помітних ознак у мовленні користувачів мережевих щоденників, часто поєднуючись із суржиком та англіцизмами. Вони є виразом внутрішньогрупової оцінки і використовуються

для максимальної експресії: *«Та це просто лютий рознос, я в шоке! Наші таку спецуху провернули, що ті орки ще довго будуть чухать потилицю. 41 літак – це ж не фігня якась, це реальний удар по їхньому гонору. І що саме круте – все чотко, без понтів, без зайвого піару...»* [TikTok, 8.03.25]; *«Ziferblat – то був афігезний кайф, а не виступ. Я сидів, слухав і думав: от воно, наше, класнюче, справжнє. А ті, що виграли – ну, типу, хай буде, але душі там ноль. І що саме обідно – знову ті жури намутили якусь діч...»* [TikTok, 18.06.25]; *«Фільмець – просто бомба! Я думав, буде якась чергова туфта, а воно як дало по нервах...»* [Instagram, 10.09.24]; *«Ну я не знаю, хто йому той крінжовий піджак підсунув, але виглядав він, як з базару. І Трамп стоїть, як вкопаний, тіпа: ‘що це за прикол?’ Але, чесно, мені навіть зайшло...»* [YouTube, 8.03.25].

Слова «лютий рознос», «спецуха», «орки», «фігня», «понти», «кайф», «класнюче», «діч», «туфта», «крінжовий» є яскравими прикладами жаргону. Вони демонструють, що для багатьох користувачів емоційна точність і групова приналежність є важливішими за формальну мовну чистоту. Це підтверджує, що в цифровому середовищі нелітературні мовні засоби не просто існують, а й активно використовуються, стаючи частиною комунікативної стратегії.

Як наслідок, дослідження лінгвістичної чистоти соціальних мереж показує, що активно використовуються нелітературні мовні засоби. Крім того, надмірне використання запозиченого матеріалу з іноземних джерел, зокрема англіцизмів, та широке поширення суржику негативно впливає на якість лінгвістичного контенту в цифровому середовищі. Це не лише знижує рівень мовної культури, а й створює нові виклики для формування єдиної літературної норми в сучасних умовах.

2.4. Образність мови

Образність є поширеною в розмовній мові, її метою є створення нових асоціацій з іншими словами. Це досягається шляхом використання мовних засобів у незвичних контекстах, зокрема, під час переосмислення лексеми як компонента метафоричних конструкцій, порівнянь та інших тропів [Струганець, 1997, с. 56].

Потужним механізмом вираження у мережевих щоденниках слугує **метафора**. Незважаючи на те, що метафора як прийом творення тексту давно перебуває в центрі уваги науковців, функційний потенціал цього засобу у футбольному телерепортажі ще не досліджено.

Метафора здебільшого потрактована як семантичний процес, під час якого форма мовної одиниці переноситься з одного об'єкта позначення на інший на основі подібності між цими об'єктами. «Метафору називають вторинною номінацією, переносним слововживанням, що (як і художній засіб) є перенесенням за схожістю чи суміжністю, при якому два поняття, часто кардинально відмінні за походженням чи призначенням, ототожнюються на основі бодай однієї якості, зазвичай спільної для обох. Вторинна номінація ґрунтується на асоціативному характері людського мислення, що дає змогу проводити аналогії між різними поняттями» [Кондратів 2018, с. 40].

Н. Бойко досліджувала метафору в руслі української експресивної лексики. Вона вважає, що експресивна метафоризація ґрунтується на суб'єктивних чинниках, які формують образно-емотивні та образно-оцінні смисли, що впливають на почуттєву сферу реципієнта [Бойко 2005, с. 191].

Виокремимо монографії Л. Кравець [Кравець 2012] і Т. Єщенко [Єщенко 2018] із цього питання. Л. Кравець розглянула українську поетичну метафору в руслі концепції метафоричного динамізму, проаналізувала метафоричний світ поетичних творів української літератури ХХ ст. У науковій праці Т. Єщенко здійснено комплексний аналіз метафори українських поетів 90-х

років ХХ ст. в антропоцентричному, лінгво-персонологічному й комунікативно-прагматичному вимірах.

Учені-когнітологи стверджують, що метафора – це лінгвальне явище, яке має когнітивне підґрунтя і є використанням мовного знака однієї концептуальної сфери на позначення складника іншої, яке зумовлене асоціаціями за подібністю чи контрастністю [Кравець 2012, с. 32]. Метафора також є найпродуктивнішим креативним засобом збагачення мови, виявом мовної економії, семіотичною закономірністю, що виявляється у використанні знаків однієї концептуальної сфери на позначення іншої, схожої до неї за якимось аспектом.

Загалом українські і зарубіжні науковці розглядають генезу метафори, комунікативно-функціональну, текстотвірну і прагматичну значущість у діяльнісно-мовленнєвих процесах; особливості функціонування в різних стилях і жанрах мовлення; індивідуально-авторські метафоричні утворення; метафору в терміносистемах; узуальні метафори; місце метафори у створенні мовної картини світу; поетичні метафори і способи їх перекладу; метафору як репрезентанта текстових категорій; явище метафоризації у психолінгвістичному та семіотичному аспектах [Єщенко 2018, с. 15-16].

Метафора, як потужний засіб вираження намірів користувача та створення образів, вважається однією з найважливіших фігур мови в онлайн-розмовах. У когнітивній лінгвістиці метафори вважаються не лише художнім методом, але й фундаментальним механізмом розуміння, організації та концептуалізації реальності. Цей механізм впливає на створення образно-емоційних значень, які, у свою чергу, впливають на сенсорну сферу реципієнта. У контексті соціальних мереж, де переважає швидкий та емоційний тон комунікації, метафори дозволяють швидко та ефективно передавати складні концепції чи оцінки, а також сприяють функції образного мислення у реципієнта.

У коментарях про війну метафора набуває конфліктного характеру та використовується для просування події та надання їй більшої епічної ваги. Військова техніка та дії перетворюються на потужні, символічні образи, що уособлюють національні страждання та бажання помсти: *«Це не просто дрони, а павуки, що сплітають біль з тканиною часу, терпіння та геніальності. Коли кожен заряд не вибух, а розповідь про зруйноване житло, про дитину, яка не дочекалася свого батька...»* [TikTok, 8.06.25].

Метафора *«павуки, що сплітають помсту»* є яскравим прикладом військової метафори на використання технічного пристрою «дронів». Такий вислів посилює емоційний вплив. Метафора *«заряд стає історією»* демонструє спосіб, у який військові дії концептуалізуються крізь призму національної трагедії. Це посилює ідеологічний вплив.

Також важливим у культурному дискурсі є метафоричне значення слова, яке використовується для демонстрації глибини впливу та унікальності митців чи проєктів. Культурні образи часто демонструють містичну або елементарну природу: *«Це не фільм – це покарання, призначене для тих, хто вважав українок просто захисницями. Вона – буря, що спочиває в лісі, доки ти не торкнешся її серця...»* [TikTok, 10.09.24].

Перетворення фільму на «заклинання» та жінки на «бурю» – це приклад активної, динамічної метафоризації, метою якої є переосмислення традиційних стереотипів та зосередження на внутрішній силі жінок.

У політичних та спортивних розмовах метафори часто використовуються для створення потужного, символічного зображення публічної особи, яке виходить за межі її професійної ролі. Такий спортсмен, як Усик, вважається не просто боксером, а й «символом національної непереможності»: *«Усик не боксер, він диригент, який використовує той самий метод, що й барабан, щоб бити своє тіло, кожна травма вважається даниною національному Гімну Непереможності...»* [TikTok, 27.12.24].

Метафора «диригента», який диригує «Гімном Непереможності», є прикладом абстрактної, героїчної метафори, дія фізичного (удару) перетворюється на музичний акт.

Навіть повсякденні компоненти, такі як одяг, перетворюються на символічне значення за допомогою політичної метафори: *«Ця куртка схожа на шкіру хамелеона, яка змінює колір залежно від спостерігача... Костюм не робить людину тією, на відміну від гасла. Заява – ні...»* [Telegram, 27.03.25]. Метафори, що використовуються групою, є значними у своїй здатності захистити політичного лідера від критики, водночас забезпечуючи додатковий шар значення.

Торкаючись теми ностальгії та повернення артистів, метафора передає концепцію долі та змін: *«Вона схожа на голос, що проростає крізь бетон»*. *Її поява – це не просто повернення, вона схожа на весну після довгої зими. Вона не кричить – вона говорить, і кожне слово – як крапля, що точить камінь... Її голос схожий на лезо, що прорізає тишу. Вона повернулася без запису, але зі спогадом... Кожна нота схожа на крик, який нарешті почули»* [Instagram, 10.05.25]. Образи «голос, що проростає крізь бетон», «леза, що прорізає тишу» та «повернення зі спогадом» натякають на те, що метафоричні конструкції в мережі не лише передають мову, але й кодують складні, іноді суперечливі ідеї в потужні, чіткі образи, які дозволяють користувачам висловлювати свої думки складним і потужним способом.

Як наслідок, метафоричні конструкції в мережевих щоденниках мають значний вплив на функцію дискурсу та вважаються найважливішою стилістичною рисою. Вони слугують компонентом цифрової мови, сприяючи високому ступеню виразності та впливу.

У контексті медіалінгвістики та цифрової комунікації, де швидкість, емоції та прагнення до «вірусності» є важливими факторами, персоніфікація відіграє значну роль, оскільки компенсує брак вербального спілкування та підвищує виразність тексту. Завдяки персоніфікації, складні процеси або

навіть фізичні об'єкти перетворюються на дійових осіб, які мають власні цілі, спогади та волю, що значно посилює емоційний та риторичний вплив на аудиторію.

У дописах про війну персоніфікація використовується для опису військових операцій як складних, так і творчих. Звичайна спецоперація або військова техніка перетворюється на «надприродну істоту», яка володіє людськими якостями (терпіння, гнів, пам'ять): «...*Вона відьма, яка побудувала мережу дронів без кінця, незалежно від того, скільки вона чекає чи скільки кричить. Вона терпіла рік, шість місяців і дев'ять днів. А коли подія настала, вона не кричала, вона не задавала питань. Вона просто завдала удару...*» [Facebook, 4.06.25]. Визначення статі операції як жіночої (вона) та визнання її належності до слів «відьма» та «павутина» створює потужний образ «стратегічної помсти», акт очікування та точного покарання вважається формою стратегічної помсти. Персоналізація часу (чекання протягом року, шести місяців та дев'яти днів) посилює драматизм і зосереджується на «фатальному» моменті, коли об'єкт, який довгий час був неактивним, нарешті починає діяти.

Подібна процедура спостерігається в описі політичних образів, де опис зовнішності чи ролі лідера використовується для розуміння символічного значення образу. Елементи одягу, які традиційно є пасивними, доповнюються суб'єктивністю та власною волею, ці атрибути представляють їхню власну функцію більшою мірою, ніж традиційний етикет: «...*піджак мав власне життя. Він не зважав на рекомендації модниць, не дотримувався етикету...*» [TikTok, 08.03.25]. Персоналізація «піджака», який жив своїм власним життям і не слухав порад, використовується як форма захисту політичного діяча від зовнішньої критики. Акцент робиться на внутрішньому змісті речі, а не на формальній презентації.

У культурно-сентиментальних блогах техніка персоніфікації важлива для досягнення найбільшого ступеня емоційного вираження в контенті та

ефекту присутності чи асоціації. Персоніфікація часто використовується для опису культурних подій, особливо це стосується таких подій, як Євробачення, де емоційна складова важливіша за об'єктивну. *«Наша пісня нагадує самотнього духа, який блукає глухими завулками в пошуках того, хто його впізнає...»* [TikTok, 08.03.25].

Персоніфікація відіграє особливо важливу роль в описі музики, голосу та пам'яті, що мають на меті повернути спогади або справити глибокий вплив: *«...голос не просто звучить, він також викликає почуття емоцій та прив'язаності. Він втручається в ситуації, що нагадують дитячу радість та відроджують тишу, яка давно дрімала. Олена подібна до тривалого спогаду, який не дозволяє забути себе... Її голос подібний до повернення річки до свого початкового місця призначення, щоб знову стати океаном...»* [Telegram, 18.03.25]; *«Лама не просто повернулася, вона започаткувала розповідь, яка дрімала в очікуванні майбутнього. Її нотації подібні до нотацій птахів, які несуть послання з минулого...»* [TikTok, 7.03.25].

Персоніфікація використовується для перенесення на конкретних осіб, пов'язаних з нацією (наприклад, героїчна українка чи спортсмен, який представляє країну): *«Це не фільм – це магічний трюк, виконаний над тими, хто вважав, що українські жінки – це просто захисниці. Вона – буря, яка дрімає в лісі, доки ви не торкнетеся її серця...»* [TikTok, 10.10.24]. Жінка перетворюється на сплячу бурю, яка представляє приховану, але потужну силу, здатну до самозахисту, і не є просто спостерігачем, а воїном.

Подібний метод використовується для опису спортсменів, у яких вірять, тому вони є національною надією: *«Усик не боксер. Він тінь, яка не боїться світла. Коли він виходив на ринг, я не бачив жодних м'язів, а натомість віру, яка перемагає... Кулак Усика не кричить. Він просто атакує. Кожен удар – це «Слава Україні», сказане кулаком...»* [Facebook, 28.12.24]. У цих випадках «кулак не кричить, а б'є», тоді як Усик наділений «гнівом» або «тінню» і також має національну місію.

Як наслідок, персоніфікації в мережевих щоденниках є тропом, який виконує такі функції: підсилює події драматизмом, перетворює об'єкти на символи національної сили, гніву чи пам'яті та створює глибокий емоційний зв'язок із читачем.

Фразеологізми є невід'ємною частиною лінгвістичної картини світу, оскільки вони сприяють культурному досвіду, оцінкам та емоціям населення. У лінгвістиці, що займається засобами масової інформації, фразеологія традиційно вважається потужним засобом вираження емоцій та думок, що досягається через впізнаваний, співзалежний образ. Однак у цифровому дискурсі, який зосереджений на індивідуально-авторській творчості, іронії та прагненні до вірусності, стійкі фрази часто змінюються. Навмисна зміна їхнього мовного складу, граматичної структури чи семантичного значення, яка не лише привертає увагу інших, але й оновлює та покращує традиційні образи в новому, сучасному середовищі.

У дописах про війну користувачі використовують відомі фразеологізми, щоб продемонструвати винахідливість, силу українських солдатів. Наприклад, традиційна фраза *«золоті руки»* зараз визнається складною, багат шаровою метафорою, яка описує Збройні Сили України як такі, що мають *«сіткоподібну»* силу, що зв'язує темну сторону сили по швах. *«Ця процедура схожа на удар по кресленню для супротивника, а для нас – на бальзам, що заспокоює дух...»* [Instagram, 14.07.25]. Тут традиційна фразеологія поділена на окремі авторські образи *«Павутиння Перемоги»*, які продовжуються популярною фразою *«бальзам для душі»*. Образи покликані протиставити вплив однієї й тієї ж події на ворога (несподіваний шок) та на власну аудиторію (емоційна підтримка).

Як наслідок, фразеологізми використовуються не лише для експресивних цілей, але й для позначення опозиції як *«чужинця»*. Іншим прикладом цього є опис дипломатичних тріумфів, який досягається за допомогою використання образів природних, неманіпульованих сил:

«Антоніна у відео Білого дому схожа на блискавку у відкритому полі. Вона з'явилася і спричинила бурю...» [Instagram, 1.07.25]. Фразеологізм *«блискавка у відкритому полі»* використовується для підкреслення несподіваності, яскравості та сили удару, а *«створила бурю»* – це метафора, що позначає резонанс та активну дію.

У культурних розмовах, обговореннях таких подій, як Євробачення, використовуються такі фрази для емоційної інтенсивності вражень. Користувачі часто використовують послідовні твердження, пов'язані з сильними фізичними переживаннями або емоційними станами, але вони часто доповнюють ці твердження перебільшеними словами, щоб передати ступінь свого задоволення.

Прикладом може бути опис виступу на змаганнях: *«Такий виступ схожий на звук грому в яскравому небі. А вокал схожий на мурах у згрі нагорі! Тут серце у скрутному становищі, а душа в стані підготовки. Європа мало не зняла капелюха...»* [Instagram, 21.07.25]. Висловлювання *«згря мурах»*, яке демонструє ущільненість та експресивний надлишок. Фігура *«Європа мало не зняла капелюха»* є креативною версією вже популярної фрази *«зняти капелюха з когось»* (щоб відзначити вищий талант), яка використовується як засіб колективного, національного святкування.

У політичному мережевому дискурсі фразеологізми використовуються переважно для оцінки популярності людини, її харизми, знань або, навпаки, для її знецінення. Магнетична особистість лідера представлена через образи, що уособлюють ексклюзивність та значну цінність. У політичному дискурсі фразеологізми використовуються також для гумористичної оцінки опонентів. Наприклад, у відповідь на критику стилю одягу лідера блогер створює контраст між символічним та повсякденним світом: *«Сцена з піджаком – це алегорія абсурду, в якій піджак став головним учасником. Трамп нагадує літнього чоловіка в магазині, який скиглить і приголомшує покупців...»* [Instagram, 9.03.25].

У світі спорту фразеологізми є важливими для опису дуелей та образу спортсмена. Вони часто використовуються разом з іншими алегоріями (гіперболами, метафорами), щоб створити враження непереборної сили або переваги над світом. Наприклад, опис перемоги Усика: «*Усик на рингу схожий на блискавку з нокаутом на рукаві... Ф'юрі вже вибиває з рингу п'ятами*» [Instagram, 29.12.24]. Поширений фразеологізм «бігти п'ятами» (тікати) використовується для того, щоб підкреслити абсолютну невдачу опонента.

Отже, фразеологізм є частотним явищем лінгвістичної креативності в мережевому дискурсі. Він забезпечує: оновлення традиційних образів з одночасним дотриманням сучасного контексту, максимальне вираження емоцій із посиленням гіперболічного характеру. Фразеологізми сприяють експресивності мовлення.

Поширеним стилістичним засобом є **епітет**. Ці «прикрашені слова», за Аристотелем, допомагають відрізнити певне явище від інших, допомагають описати певний аспект життя, мають більш драматичний ефект. Як додатковий конструктивний компонент тексту епітети можуть доповнювати або уточнювати загальний тон висловлювання, описувати уявлення автора про реальність і виступати разом з іншими образними прийомами як важливий засіб персоналізації зображених подій.

У дискурсі мереж швидкість сприйняття та емоційний вплив подій мають першочергове значення. У цьому випадку епітети мають максимальний практичний потенціал для прагматичного використання, вони служать оціночним засобом фіксації подій, людей чи явищ культури.

Мережеві щоденники сповнені метафор, які увиразнюють текст, особливо на військові теми й про політичні події, пов'язані з бізнесом. У цьому випадку епітет часто служить як визначенням, так і характеристикою, що містить значну авторську оцінку.

Наприклад, військові операції та захисники наділяються ознаками, що підкреслюють їхню ефективність, героїзм та інтелектуальний підхід:

«Операція “Павутина” – це блискуча, високоточна військова симфонія, що сплела смертоносну мережу для ворога. Наші захисники, мужні та стратегічно проникливі...» [TikTok, 8.06.25]; *«Це геніальна, блискавична, стратегічно витончена операція, яка розгорнулася з хірургічною точністю...»* [TikTok, 10.06.25]; *«Операція «Павутина» – це віртуозна, блискавично точна, геніально злагоджена стратегія, яка продемонструвала неймовірну військову майстерність...»* [Facebook, 10.06.25]. Подібний синтаксичний паралелізм, коли одне явище описується низкою сильних епітетів (наприклад, «блискуча, високоточна, військова симфонія»), створює у свідомості читача цілісний, яскраво позитивний образ.

Також епітети активно використовуються для характеристики культурних подій, підкреслюючи їхню емоційну насиченість та значимість: *«Цей виступ – неймовірно яскраве, емоційно насичене дійство, що залишило золотий слід на музичній мапі Європи...»* [TikTok, 18.05.25]; *«Цьогорічне шоу – пульсуюче, емоційно перенасичене, вибухово креативне. Вокали – пронизливі, харизматично глибокі, естетично довершені...»* [Telegram, 19.05.25].

Епітети також є незамінним засобом для створення психологічних портретів, наділення особистостей певним міфологічним ореолом чи соціальною функцією. При описі публічних діячів чи артистів часто застосовуються оцінні епітети, що апелюють до внутрішньої сили, харизми та незламності. Наприклад, українські жінки-символи описуються через такі лексичні одиниці: *«Ця легендарна жінка – загадкова, незламна, харизматично сильна. Її образ – містичний, багатогранний, магнетичний – вкарбувався в народну уяву, наче символ жіночої мудрості й сили...»* [TikTok, 8.09.24]; *«Вона – міфічна, філософськи глибока, енергетично потужна. Її ім'я – символ сили, жіночої мудрості й духовного спротиву...»* [TikTok, 10.09.24].

У сфері спорту епітети слугують для гіперболізації майстерності: *«Усик – гідний, невтомний, технічно бездоганний боєць, чия енергія – вибухова, цілеспрямована, невпинна...»* [Facebook, 28.12.24]; *«Усик – непереможний, технічно бездоганний, психологічно незворушний. Його удари – точні, розраховані, холоднокровно потужні...»* [TikTok, 29.12.24]; *«Усик – нескорений, технічно досконалий, духовно незламний. Його стиль – стриманий, інтелектуально бойовий, естетично агресивний...»* [TikTok, 29.12.24].

У політичному дискурсі епітети часто використовують для критичної характеристики або для підкреслення дипломатичної стриманості, як у прикладах: *«...Трамп – критичний, пихатий, експресивно контрверсійний, – знову створив скандал з нікчемної тканини...»* [TikTok, 8.03.25]; *«... ситуація – абсурдна, фарсова, показово поверхнева. Трамп – експресивний, саркастичний, імпульсивно критичний...»* [Telegram, 11.03.25]; *«Вишуканий, стриманий, дипломатично зважений – саме так виглядав президент у костюмі перед НАТО...»* [Facebook, 28.06.25]; *«Вигляд – елегантний, бездоганно стриманий, символічно потужний. Він – урочистий, статечний, переконливо серйозний...»* [Instagram, 28.06.25]; *«... президент – серйозний, урочисто дипломатичний, гідно зібраний...»* [Facebook, 28.06.25].

Епітети, виражені прикметниками та дієприкметниками, є найбільш чисельними, оскільки вони найкраще справляються з функцією оцінності та образності, як це видно у прикладах опису музичної творчості: *«... її голос – ніжний, проникливий, оксамитово глибокий. Творчість – виразна, душевна, естетично витончена. Слухаєш – і світ стає теплішим...»* [Facebook, 4.06.25]; *«Її вокал – ніжний, дзвінкий, хвилююче емоційний. Композиції – мелодійно витончені, душевно близькі, щиро теплі... Її голос – струмок серед весняних квітів»* [TikTok, 11.07.25]; *«... її голос – ніжний, медово теплий, поетично чуттєвий. Музика – мелодійно прозора, емоційно*

насичена, інтимно тепла. Вона – музична фея, щирий ліричний голос сучасності, інтелігентна естетика...» [Facebook, 8.06.25].

Також епітети використовуються для характеристики важливих подій, артистів, зокрема повернення на сцену: *«Лама – харизматична, глибока, емоційно щира артистка. Її повернення – несподіване, радісне, музично довгоочікуване...»* [Telegram, 10.05.25]; *«Лама – загадкова, меланхолійна... Її звуки – шелест перших осінніх листків, що торкаються душі»* [Instagram, 10.05.25]; *«...Лама – інтригуюча, внутрішньо глибока, артистично тендітна. Її повернення – несподівано емоційне, меланхолійно прекрасне, музично тепле...»* [Facebook, 19.05.25].

Емоційно-оцінне навантаження надається і появам українських представників на світовій арені: *«Її поява – несподівана, яскрава, символічно важлива. Антоніна – талановита, емоційно щира, неймовірно впевнена...»* [TikTok, 30.06.25]; *«... Поява – несподівана, культурно значуща... Це – щира гордість, ознака українського голосу на світовій арені»* [TikTok, 30.06.25]; *«... її участь – вражаюча, культурно резонансна, символічно важлива. Вона – впевнена, харизматично чітка, творчо безстрашна...»* [Facebook, 28.06.25].

Таким чином, епітет є одним із провідних засобів суб'єктивізації та емоційного підсилення дописів у мережевому дискурсі, що дає змогу автору чітко артикулювати свою позицію.

Порівняння як значущий лінгвістично-стилістичний засіб є невід'ємною частиною сучасного способу спілкування в мережі, оскільки воно не лише описує події, а й передає емоційне ставлення автора до теми, оцінює інтенсивність події, а також створює образну асоціацію у свідомості реципієнта.

Лінгвістично-стилістичний засіб порівняння вважається відображенням тропічної системи мови, що походить від способу мислення людей через асоціації та проявляється у вигляді лінгвістичних та граматичних прийомів. Його природа пояснюється через психосоматичні процеси порівняння, які

базуються на принципі подібності або суміжності з урахуванням образних, метафоризованих значень.

Основою порівняння є логічні дії виділення найважливіших ознак одного об'єкта чи події, а потім порівняння цих ознак з такими ж ознаками іншого об'єкта чи події. Це особливо ефективно в медіа, де швидкий опис складної інформації є надзвичайно важливим. В онлайн-щоденниках концепція максимальної експресії є домінантним принципом, тому порівняння зараз є засобом оцінки та вираження інформації з широким охопленням. За цих стилістичних умов порівняння має першорядне значення для загального тлумачення фрагмента тексту. Воно посилює загальний зміст та вплив тексту.

Наприклад, для опису високої майстерності та злагодженості військових дій автори дописів часто використовують порівняння, де об'єкт порівняння – механізм чи інтелектуальна гра, що підкреслює стратегічну довершеність операцій: *«Наші ЗСУ діяли як годинниковий механізм: точно, злагоджено, рішучо. Це було немов шахова партія, де кожен хід виводив ворога в цугцванг. Операція «Павутина» – як павук у темряві...»* [Facebook, 10.06.25].

Це порівняння через образи «годинниковий механізм» і «шахова партія» переносить акцент із фізичної сили на інтелект, чіткість і неминучість військової перемоги. Подібна стратегія використовується і для характеристики знакових постатей: *«Усик бився як диригент з оркестром: кожен удар – ритм, кожен рух – мелодія. А Ф'юрі виглядав як турист без карти – великий, але розгублений. Бій – немов спаринг двох планет...»* [YouTube, 10.01.25]. Тут порівняння через образи мистецтва («диригент») та космічних масштабів («спаринг двох планет») підносить спортивний поєдинок до рівня епічної, контрольованої вистави, а опонент, навпаки, знецінюється через побутовий образ («турист без карти»).

У сфері мистецтва та емоцій порівняння націлені на передачу неповторних відчуттів, ностальгії та інтимної близькості з аудиторією. Наприклад, виступи та музика описуються через світлові ефекти, динамічні

явища природи чи затишні побутові образи: *«Виступ – як феєрверк у нічному небі: яскраво, раптово, і назавжди у пам'яті. Емоції – як качелі: то до неба, то назад, з серцем у горлі. Це був як перший поцілунок...»* [TikTok, 19.05.25]. Використання порівнянь «як феєрверк» та «як перший поцілунок» миттєво викликає у реципієнта асоціації з чимось надзвичайно інтенсивним, незабутнім.

Інший тип порівнянь використовується для характеристики голосу та творчості: *«Її голос – як світанок після бурі: світлий, чистий, потрібний. Її пісні – немов листи до близької душі, і кожен куплет – як цитата з щоденника, яку хочеться читати знову і знову»* [TikTok, 9.05.25]; *«Її камбек – як стара касета, яку знайшли на горіщі і вона все ще звучить неймовірно. Вона – як тепла кава в осінній день: знайома, затишна, і така, що не хочеш, щоб закінчилася. Її музика – як пухнаста ковдра для втомленої душі»* [Instagram, 9.05.25]. Ці порівняння, апелюючи до чуттєвого досвіду (як світанок, як тепла кава, як пухнаста ковдра), забезпечують глибоке емоційне занурення та створюють образ артиста як особистого цілителя чи співрозмовника.

Жіночі образи також наділяються міфологічним змістом: *«...вона звучить як артефакт з епічного фентезі, але водночас як голос сучасної жінки, що не боїться бути сильною. Її історія – як легенда, що дихає правдою, а її вплив – як тінь на стіні...»* [Facebook, 8.09.24].

У політичній комунікації та описі дипломатичних подій порівняння є засобом драматизації, іронії чи підкреслення професіоналізму. Для опису серйозних політичних протиріч чи абсурдних ситуацій застосовуються контрастні побутові образи: *«Ця ситуація – як розмова про дощ, коли ллє град. Піджак став як яблуко розбрату, а Трамп – як вчитель, що шукає неправильну відповідь в правильному учні. Зеленський виглядав як політик з кіно...»* [TikTok, 10.03.25]. Порівняння «розмова про дощ, коли ллє град»

ідеально передає відчуття комунікативного глухого кута та невідповідності тем дискусії реальній проблемі.

Водночас, позитивні політичні фігури порівнюються з ідеалізованими образами: *«З'явився він як Джеймс-Бонд дипломатії – спокійний, стильний, з холодною впевненістю. Костюм – як броня на переговорах, а його промова – немов ліхтар серед політичного туману. Це було як відповідь без запитання – настільки сильно і доречно»* [Instagram, 29.06.25]. Такі порівняння, використовуючи архетипи популярної культури («Джеймс Бонд») та універсальні символи («броня», «ліхтар»), формують образ ефективного, рішучого та захищеного лідера.

Зрештою, порівняння виступають як маркер культурної значущості українських представників на міжнародній арені: *«...Це було як знак: український талант вже там, де приймають глобальні рішення. Вона – немов фрагмент культури, який потрапив у міжнародну рамку і не загубився»* [Facebook, 4.06.24].

Таким чином, порівняння в мережевому дискурсі є невід'ємним елементом образності, який не лише прикрашає мову, а й виконує потужну прагматичну та оцінну функцію, роблячи складні чи емоційно насичені події доступними для швидкого та глибокого сприйняття.

Виразність мовлення (експресивність) є одним із найважливіших показників високої мовної культури, ця культура сприяє як ефективності, так і емоційному інтелекту в передачі інформації. У лінгвістиці експресивність зазвичай досягається шляхом використання тропів (метафор, порівнянь, епітетів) та стилістичних фігур (гіпербола, літота, повторення).

У дискурсі мереж, який характеризується переважанням швидкої, неформальної та емоційної комунікації, роль експресивних методів значно зростає, цей механізм тепер вважається «ключем до уваги» та створення вірусного контенту. Мережа стала сферою, в якій тропи та мовні фігури

переважно використовуються не з метою естетичної насолоди, а радше для сприяння впливу, переконання, критики та створення гумористичного ефекту.

Гіпербола (художнє перебільшення) – одна з найпоширеніших фігур мови у сфері інтернет-комунікації. У мережах цей троп використовується не лише для привернення уваги, але й має низку значущих практичних застосувань: оцінка серйозності або, навпаки, ймовірності ситуації, критика опонентів. Оскільки невербальні методи (інтонація, міміка) в онлайн-спілкуванні через текст обмежені, гіпербола стає механізмом компенсації браку вербального вираження та передачі сильних, неприхованих емоцій.

В онлайн-спілкуванні гіперболічні твердження становлять значну частину емоційного вираження, ці теми включають військові досягнення, а також культурні враження: *«Це не просто спеціальна операція – це найбільша військова подія століття, гідна тисяч індивідуалізованих медалей!»* [TikTok, 06.09.25]; *«Бій Усика був схожий на бій Зевса на його шляху на Землю, він виражав свої емоції через це. Кожен удар схожий на громовий звук, який чути на іншому боці планети!»* [TikTok, 27.12.24].

У цих випадках гіпербола у формі порівняння перетворює військовий триумф або спортивну перемогу на наратив небесного або міфологічного значення, вона підсилює гордість за країну та створює надзвичайне враження. Порівняння військової операції з «найграндіознішою подією століття» та ідентифікація Усика як подібного до *«Зевса, що зійшов з Олімпу»*, демонструє використання гіперболи як засобу перебільшення реальності.

Подібні закономірності спостерігаються також в оцінці культурних та політичних подій. Щоб описати талант співаків або вплив популярної постаті, користувачі зазвичай використовують крайні межі: *«Цей виступ – не просто шоу, це втілення всього всесвіту емоцій. Я б спостерігав за цим номером неодноразово протягом мільйона і однієї ночі. Голос схожий на звучання 100 солов'їв у моєму серці одночасно, сцена схожа на магніт, який притягує*

сльози до кожної людини. Образ настільки впливовий, що може надихнути на думки про континенти! Якби вона виступила на TED, промову переглянули б тисячі людей у всьому космосі...» [Telegram, 9.09.24].

Переоцінка емоцій («вибух універсального досвіду емоцій»), часу («тисячі переглядів по всій галактиці») та масштабу («трильйони переглядів у небі») натякають на бажання користувача вийти за межі повсякденної оцінки, щоб підкреслити унікальність об'єкта. У цьому випадку гіпербола є «показником величини» особистого враження, який має на меті спричинити подібну реакцію в інших людей.

Навіть у політичних дискусіях щодо одягу чи публічних виступів гіпербола використовується для підвищення статусу автора: *«... всі ці розмови про костюм схожі на дебати про шкарпетки під час війни. Зовнішній вигляд Зеленського був більш вражаючим, ніж у будь-якого іншого лідера, навіть якщо він був у футболці з гербом...»* [Facebook, 8.03.25]; *«Президент виглядав як головний герой історичного наративу, що виник із легенди. Костюм настільки точний, що Армані попросив би викрійку для нової колекції...»* [Facebook, 29.06.25].

Навмисна гіпербола («краще, ніж будь-який політичний лідер», «Армані попросив би викрійку») є інструментом створення ідеалізованого уявлення про політичну фігуру.

Яскраві описи на основі лінгвістичної надмірності – гіперболи – також супроводжуються емоційними реакціями на музичні повернення: *«Її повернення схоже на весняне відродження після вічної зими. Я плакав – не краплями, а радше водоспадом спогадів! Якби музика могла говорити, то її пісні мали б здатність робити це одночасно вокалом наших спогадів, мрій та фантазій...»* [Facebook, 5.12.25]. Порівняння з «вічною зимою» та «водоспадом ностальгії» демонструє, що гіпербола часто використовується разом з іншими тропами (метафорами та порівняннями) для досягнення складного емоційного та риторичного ефекту.

Констатуємо, що гіпербола в онлайн-дискурсі не вважається випадковим лінгвістичним явищем, а радше свідомою комунікаційною стратегією, яка максимізує емоційний вплив тексту, сприяє вірусній природі контенту та компенсує відсутність прямого вербального вираження.

Символи як компонент медіалінгвістики, як правило, є невід’ємною частиною висловлювань у мережевому дискурсі, де вони функціонують як культурне значення. У семіотиці та медіалінгвістиці символ вважається засобом репрезентації, що представляє ідею, об’єкт або концепцію на основі асоціації, конвенції або метафоричного зв’язку, і є потужним у конструюванні соціальної реальності та формуванні ідентичності.

У комунікаціях, що мають обмежені часові рамки та обмежений простір, використовуються найстисліші засоби вираження, до них належать символічні образи, що виражаються за допомогою метафор, порівнянь та ін. Ці образи дозволяють реципієнту швидко асоціюватися зі складним набором емоцій, суджень та ідей. Як наслідок – символічне кодування стає однією з найважливіших стратегій у медіалінгвістичній експресії, це особливо стосується умов з високою соціальною та політичною поляризацією.

Аналіз мережевих щоденників показує, що символічні зображення активно використовуються для огляду військових досягнень, підкреслення культурного значення подій та політичних діячів.

Наприклад, військові перемоги представлені через зображення, що символізують винахідливість, стратегічну перевагу та перемогу: *«Це була справжня павутина тріумфу, блискавична страта. Я в захваті від наших захисників! Їхня робота схожа на роботу спеціальних агентів Marvel»* [TikTok, 10.06.25].

Символ *«павутина перемоги»* показує складну, приховану та ефективну стратегію, тоді як порівняння з *«агентами «Marvel»* пропагує концепцію міфологічної сучасності, яка підносить прихильників до рівня фантастичних героїв. У цьому контексті слово *«блискавична страта»* також має символічне

значення швидкості та неминучості божественного втручання або верховної влади.

Символічні зображення також мають глибокий вплив на культурні та політичні дискусії, вони несуть у собі емоційне послання. Опис культурних подій чи окремих осіб зазвичай включає зображення, що зосереджуються на унікальній та могутній природі країни: *«Україна – це музичний феномен. Виступ був настільки надзвичайним з точки зору світла та звуку, що душа була присутня в кожній деталі. Це не просто пісня, це також емоційне вивільнення під ногами європейської зірки... У її портреті – знання віків, моральність та дух свободи. Вона схожа на кам'яну квітку, що розквітла на полі бою...»* [TikTok, 10.09.24].

У цих прикладах слово-емоційний вибух *«під зірками Європи»* та *«кам'яна квітка, що розквітла на полі бою»*, стали національними культурними символами, *«квітка»* – це краса життя, а *«камінь»* – незламність життя. Порівняння з *«культурною зброєю»* є особливо значущим через його артикуляційну роль мистецтва в конфлікті.

Навіть під час обговорення зовнішнього вигляду та політичного стилю використовуються символічні образи для виправдання та захисту лідера: *«Президента України критикували за його стиль, незважаючи на те, що він говорив як лідер нового світу»*. *Піджак* є показником як зовнішнього вигляду, так і змісту...» [Facebook, 9.03.25]; *«Президент з'явився як гідний представник яскравої України, його пальто не просто тканинне, а ще й озброєне щитом...»* [TikTok, 29.06.25]. Тут термін *«дипломатичні обладунки»* є потужною метафорою, що представляє звичайну форму одягу як засіб захисту національних інтересів та здійснення міжнародного впливу.

Символічними є слова *«світанок»* та *«блискавка»* у твердженнях про повернення співачки чи випадковий тріумф: *«Її повернення схоже на раптовий світанок після довгої ночі...»* [TikTok, 15.05.25]; *«У відео це схоже*

на блискавку, яка розколола міжнародний простір! Це приклад випадкового успіху українського духу...» [TikTok, 30.06.25].

У результаті, символічне кодування, яке реалізується через систему тропів мови, є не просто декорацією, а й необхідним елементом мережевого дискурсу, який дозволяє: а) сфокусоване та скорочене вираження складних ідей; б) запам'ятовуване представлення ідей; в) створення міфологічних та героїчних наративів; г) посилення емоційного та ідеологічного впливу; д) створення колективної та національної ідентичності в інформаційну епоху. Такі засоби демонструють, що виразність мовлення в цифровому середовищі має не лише естетичний, а й глибокий прагматичний та соціокультурний характер.

2.5. Різноманітність мови

Різноманітність мови – це висловлення тієї самої думки чи поняття на основі використання різної лексики. Як зазначає Н. Д. Бабич: «Різноманітність стосується вираження тієї ж думки, того самого граматичного значення різними способами та засобами. Тому ми можемо запропонувати два інших критерії оцінки: багатство/бідність мовлення та різноманітність/сингулярність мовлення. Перший критерій базується на понятті кількості, а другий – на понятті якості, але ці два поняття взаємозалежні».

У сучасному українському цифровому дискурсі, де домінують вірусне поширення, швидка реакція та емоційна привабливість, багатство та різноманітність стали ключовими факторами успішної та резонансної комунікації. Оскільки онлайн-коментатори не дотримуються формальних норм та активно використовують стилістичні поєднання, вони створюють багатошарові, дуже яскраві та різноманітні тексти, демонструючи свої значні особисті письмові здібності та лінгвістичну грамотність.

Це явище особливо помітне в текстах, що описують великі військові перемоги, особливо «операції», які демонструють різьочу лексичну

різноманітність, спрямовану на перебільшення та створення героїчних образів. Різноманітність насамперед відображається в багатстві низки синонімів, що використовуються для позначення цілей операції: окрім нейтральних термінів, таких як: «Збройні Сили України», «військовослужбовці», «СБУшники», є «ласкаві» номінації, такі як «хлопці», «дівчата», героїчні «козаки», а також неофіційні прізвиська та неологізми, спрямовані на масову культуру: *«Це була не просто спеціальна операція – це була найграндіозніша військова операція століття, гідна тисяч іменних медалей! Наші солдати сплели таку масивну павутину, що ворог, здавалося, назавжди зник з радарів – ніби випарувався під вагою української майстерності...»* [ТікТок, 9.06.25]; *«Наші козаки зробили щось настільки дивовижне, що я повністю підсів на FPV-дрон. Ті тролі, які кажуть, що це нічого не змінить, – ви серйозно?»* [ТікТок, 8.06.25]; *«Цей хлопець неймовірний! Він справді сплев павутину, а не той Людина-павук, про якого ви думаєте»* [YouTube, 6.04.25].

Це яскравий приклад стилістичного злиття, яке перетворює військову подію на популярне культурне явище, робить її легкозрозумілою та швидко поширюється. Це злиття від формальної мови до сленгу є свідомим механізмом, призначеним для адаптації образу героя до різноманітної аудиторії, тим самим посилюючи його соціальний вплив.

Різноманітність мови в цьому контексті досягається завдяки активному використанню риторичних прийомів, які перетворюють подію з об'єктивного факту на символічне значення та епічну розповідь.

Персоніфікація та метафора технік і стратегій мають вирішальне значення: *«Дрони перетворилися на павукоподібних істот, що сплітають нитки помсти з болем, терпінням і мудрістю, і самі ці вибухівки не лише несуть вибухівку, а й історію про зруйновані будинки та дитину, яка більше ніколи не бачила свого батька...»* [ТікТок, 8.06.25]. Це надає технологічному успіху глибокого морального та ідеологічного значення, а стратегію описують

як *«величну та надзвичайно точну військову симфонію, що плете смертельну павутину для ворога»*.

На цьому тлі героїзму широко використовуються перебільшена риторика та сленг для вираження радості різними способами: *«Але це була лише невелика операція, а велике хірургічне втручання!»* [Instagram, 3.06.25]. Ці твердження миттєво передають потужне враження, ефективно посилюючи візуальний вплив завдяки лексиці, яка посилює емоційну інтенсивність, та різноманітним фразам, що підкреслюють контраст: *«Збройні Сили України мають не лише золоту руку, але й силу, подібну до павутини, яка міцно скує темряву. Ця операція – як блискавка серед ясного неба для ворога, але для нас – це розрада для наших душ!»* [TikTok, 8.06.25].

Від культурного та естетичного дискурсу ми бачимо, як домінують багаті образи, поглиблюючи сприйняття. Коментарі щодо повернення артистки Олени Тополі та показ фільму «Конотопські відьма» демонструють багатство мови через її семантичну глибину та насиченість, підтверджуючи, що порівняння, метафора є основними одиницями побудови значення, що володіють широкими та експресивними можливостями.

У контексті фільму «Конотопські відьма» образ українки пронизаний містичною, архетипною багатшаровістю, розкриваючи багатство асоціацій: *«...вона вже не просто берегиня, вона буря, що спить у лісі, доки не торкнешся її серця...»* [TikTok, 9.10.24]; *«Вона як звук, що пронизує бетон. Вона не кричить – вона говорить, кожне слово – як крапля води, що полірує камінь...»* [Instagram, 5.10.25]. Її образ описували різноманітними прикметниками: *«загадкова, незламна, харизматична»*, що підносило її до символічного рівня: *«Вона є символом жіночності: сильної, розумної, харизматичної та незалежної. Її легенда глибока, фольклорна та незабутня. Це давня енергія, що тече в серцях українців»* [TikTok, 8.09.24].

У музичному контексті звук і музика описуються через синестезію – злиття. Сенсорні переживання (слух, дотик, смак, зір) поглиблюють семантику

наступних висловлювань: *«Її голос – це більше, ніж просто голос – він ходить босоніж крізь спогади. Він торкається стін, що тримають дитячий сміх, пробуджуючи давно дрімаючу тишу. Олена – як спогад, який ніколи не можна забути...»* [Telegram, 18.05.25];

Багатство мови також використовувалося для інтерпретації складних понять у політичному та спортивному дискурсі. Це розмаїття проявлялося у здатності оратора миттєво перемикатися від прямого опису до глибоких метафор, що символізують стриманість, владу та стратегію. В обговореннях появи Президента та Антоніни Хижняк у Білому домі різноманітність мови створювала образ дипломатичної непереможності. Наприклад, використання метафори обладунків для опису одягу: *«Цей костюм настільки досконалий, що навіть Армані хотів би, щоб йому надали викрійку для їхньої нової колекції...»* [Facebook, 29.06.25]; або *«З'явившись, як лицар на балу, без меча, але в обладунках слів...»* [Instagram, 29.06.25].

Участь української актриси у світовому медіапросторі також описували у мережевих щоденниках як символ прояву українського народу на світовій арені: *«Поява Антоніни в Білому домі була як блискавка серед ясного неба. Її поява спричинила бурю»* [Instagram, 1.07.25].

Спортивна подія бою Усика проти Ф'юрі стала платформою для багатих та драматичних порівнянь, а боксер таким чином став символом боротьби та мистецтва: *«Усик – не боксер. Він тінь, яка не боїться світла. Коли він стоїть на рингу, я бачу не м'язи, а віру в бій. Віру в себе, віру в країну посеред війни...»* [Facebook, 28.12.24]; *«Усик – як диригент, який диригує оркестром: кожен удар – це ритм, кожен рух – це мелодія»* [YouTube, 10.01.25].

Вивчивши мовні засоби створення дописів у блозі, ми відзначаємо надзвичайно багату та різноманітну мову. Автор активно будує синонімічні ланцюжки, варіанти фраз та риторичних прийомів, демонструючи високий ступінь експресивності. Усі риторичні прийоми (гіпербола, метафора, персоніфікація) використовуються для емоційного впливу та подолання.

Співіснування офіційної лексики зі сленгом демонструє різноманітність мови та її здатність швидко адаптуватися до нового соціального та медійного середовища. Це робить мережевий дискурс України одним із найрезонансніших, емоційно насичених та ефективних інструментів громадської думки.

Висновки до 2 розділу

Цей розділ був присвячений дослідженню комунікативних ознак україномовного мережевого простору. Встановлено, що блоги є гібридним простором, де відбувається змішування різних стилів, а комунікація орієнтована на максимальну експресивність і швидкість. Це вимагає від користувачів високого рівня стилістичної гнучкості.

Дослідження питань мовної коректності та чистоти мовлення засвідчило, що хоча онлайн-комунікація часто демонструє відхилення від академічних норм (використання суржику, ненормативної лексики, помилок), ці відхилення можуть виступати як засіб ідентифікації та створення невимушеної атмосфери, а також як маркер високої емоційності. Водночас, саме мережевий простір стає потужним майданчиком для обговорення та просування ідей чистоти мовлення та підвищення мовної свідомості українців.

Аналіз мовної виразності засвідчив, що для привернення уваги в конкурентному онлайн-середовищі активно використовуються різноманітні лінгвістичні та візуальні образи (метафори, меми, емодзі, гіперболізація). Це є вирішальним фактором для забезпечення комунікативної ефективності тексту. Зрештою, дослідження лінгвістичного розмаїття підкреслило, що україномовний мережевий простір характеризується значною діалектною, сленговою та жанровою варіативністю, що робить його унікальною лабораторією для вивчення мовних інновацій та змін.

Таким чином, україномовний мережевий простір – це динамічна, полістилістична та високо експресивна система, де співіснують як процеси

нормування, так і процеси саморегуляції та популяризації мовної чистоти. Лінгвістичні особливості, які тут виникають, є ключовими для розуміння динамічних процесів у сучасній українській мові.

РОЗДІЛ 3. ЛІНГВОДИДАКТИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОБОТИ З МЕРЕЖЕВИМ ДИСКУРСОМ У ШКІЛЬНОМУ КУРСІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

3.1. Аналіз змісту навчальних програм та підручників з української мови для загальноосвітніх навчальних закладів

Дослідження аспектів аналізу публіцистичного стилю в освітній програмі з української мови має велике значення, особливо в контексті інформаційного перевантаження сучасної особистості. Тому дуже важливо сформувати в учнів медіаграмотність, тобто здатність визначати та оцінювати ступінь впливу медіатекстів.

Чинна освітня програма передбачає аналіз публіцистичного стилю у 9 класі серед інших функціональних стилів, а далі розвиток стилістичної компетентності у 10-11 класах на заняттях, присвячених мові соціальної та мистецької сфер. Програма є ефективною, оскільки вимагає аналізу різних форматів (від друкованих книг до цифрових версій). Передбачено аналіз експресивних засобів (риторичні питання, вигуки), частотних у мережевому дискурсі.

Однак, незважаючи на увагу до медіаосвіти, навчальні програми часто не виокремлюють мовні засоби реалізації комунікативних ознак мови. Отже, є методична прогалина, яка перешкоджає розвитку критичного мислення учнів у цілому (див. табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Зміст стилістичної роботи в шкільній програмі

Клас	Змістовий вектор	Проблемний аспект
9 клас	Стилістична класифікація	Акцент на ознаках стилю, а не на детальному розборі інструментів впливу.

Клас	Змістовий вектор	Проблемний аспект
10 клас	Мова і соціум	Мова як інструмент впливу загалом, без глибокого занурення в конотативну лексику.
11 клас	Стилістичні вміння	Аналіз авторської думки без достатньої уваги до мовних маркерів суб'єктивної оцінки.

Вивчення сучасних підручників, зокрема для 10-11 класів (наприклад, підручник О. Авраменка), демонструє, що публіцистичному стилю присвячені окремі розділи, які охоплюють жанри (колонки, репортажі, інтерв'ю) та основні ознаки публіцистичного стилю (соціальна проблематика, логіка викладу, емоційність).

Однак системний аналіз потенціалу підручників засвідчує, що не завжди задекларована проблематика якісно розкрита через вправи. Багато вправ вимагають розпізнавання загальних комунікативних ознак мережевого дискурсу, але бракує цілеспрямованого розпізнавання мовних одиниць, призначених для оцінки предмета.

Наприклад, завдання в підручнику О. Авраменка для 10 класу («Вправа 215»), [передбачає написання статті]. Інші вправи про роботу з публіцистичним стилем пов'язані з такими видами роботи (див. табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Види роботи із репортажем

Приклад завдання	Акцент на оцінності	Оцінна лексика (приклад)
Аналіз репортажу ЗМІ	Так	«Цинізм політики», «безпрецедентний вчинок»
Визначення стилю тексту	Ні	–
Пояснення ролі риторики	Недостатньо	–

Цікаво, що цифрові освітні ресурси («Всеосвіта», «На Урок») мають звертати увагу на оцінювальний компонент публіцистичного стилю. Ці платформи пропонують різні завдання, спрямовані на:

- аналіз конотацій (які називаються позитивними чи негативними) передбачає використання слів із певними конотаціями;
- розпізнавання емоційного впливу (див. табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Аналіз матеріалу про публіцистичний стиль у підручниках та онлайн-курсах

Джерело	Характер завдань	Перевага над підручником
Підручники	Загальний стилістичний розбір	Оцінна функція часто залишається на периферії.

Джерело	Характер завдань	Перевага над підручником
Онлайн-курси	Цілеспрямований аналіз конотацій	Системно навчають розрізняти факти та авторське судження.

Аналіз як підручників, так і програм показує, що є теоретична основа для вивчення публіцистичного стилю, але недостатньо матеріалу для розвитку медіаграмотності школярів.

Задля того, аби учні розпізнавали маніпуляції в соціальних мережах та мали навички критичного мислення, необхідно на уроках пропонувати практичні завдання, що передбачають поєднання аналізу різних соціальних мереж. Необхідно систематично включати в підручники блоки завдань, що зосереджені на лінгвістичній та стилістичній оцінці мережевого дискурсу.

3.2. Комплекс вправ для роботи з мережевим дискурсом

Дослідження публіцистичного стилю у 10-11 класах має вирішальне значення для реалізації наскрізного освітнього шляху «Медіаграмотність». Програма вимагає від учнів вміння визначати не лише жанри письма (есе, репортажі, колонки), але й авторську позицію та методи впливу.

Однак аналіз навчальних матеріалів (підручники О. Авраменко, О. Заболотного) засвідчує, що зміст переважно обмежується формальними аспектами стилю. Спостерігається значний брак практичних, цілеспрямованих завдань, які б навчали учнів критично оцінювати мережевий дискурс.

Без цих умінь учень старшої школи матиме труднощі з використанням сучасної інформаційної системи (див. табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Аналіз публіцистичного стилю у підручниках

Джерело	Обсяг уваги до теми	Фокус у вправах
Програма (10–11 кл.)	Високий (наскрізна лінія)	Виявлення позиції, критичне ставлення
Підручники	Низький (1–2 параграфи)	Загальна характеристика, жанри
Проблема	Недостатність вправ, спрямованих на <i>декодування</i> <i>оцінної функції</i> публіцистики.	

Для успішного вивчення публіцистичного стилю рекомендується доповнювати матеріал підручників серією завдань, побудованих на реальних тактиках із соціальних мереж (наприклад, з онлайн-видань). Ці вправи повинні виходити за рамки типового лінгвістичного аналізу (див. табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Види вправ

Назва вправи	Навчальна мета	Суть завдання
«Термометр заголовка»	Визначення тональності та інтенсивності оцінки.	Оцінити реальні заголовки за шкалою (від –5 до +5) і пояснити, який мовний засіб створює цю оцінку.
«Розмежуй позиції»	Розрізнення суб'єктивного судження та	Із запропонованого уривка виписати окремо факти (перевірені дані) та судження (думка автора).

Назва вправи	Навчальна мета	Суть завдання
	об'єктивного факту.	
«Карта впливу»	Ідентифікація засобів емоційного та риторичного впливу.	У тексті позначити маркери: епітети/метафори (як художній вплив) та риторичні запитання (як елемент оцінювання).
«Нейтралізатор»	Формування навички стилістичного перемикавання.	Перетворити емоційно забарвлений публіцистичний уривок на нейтральне офіційно-ділове повідомлення.
«Редакційний фільтр»	Розвиток навичок усунення маніпуляцій та фейків.	У групі відредагувати текст із явною негативною конотацією або емоційно неперевіреною лексикою, замінивши її на коректну.
«Стилістичний пазл»	Закріплення знань про виразні засоби.	Скласти мікротекст (абзац), використовуючи обов'язковий набір оцінної лексики (наприклад, слова: «цинічний», «безпрецедентний», «гідний»).

Такі вправи доречні для роботи із публіцистичним стилем загалом.

Завдання 1. Складіть синонімічні ряди (щонайменше 4-5 одиниць) для трьох ключових абстрактних понять, які є наскрізними у публіцистиці:

- 1. Патріотизм** (наприклад: любов до Батьківщини, національна свідомість, відданість, стійкість духу, гордість за націю);
- 2. Майбутнє** (наприклад: прийдешнє, перспектива, завтрашній день, наступна епоха);
- 3. Відповідальність** (наприклад: обов'язок, зобов'язання, свідоме ставлення,

прийняття наслідків). На основі створених рядів напишіть **коротку мотиваційну статтю (180–220 слів)** для шкільної газети чи блогу на тему **«Роль молоді у формуванні сталого майбутнього України»**. У статті необхідно свідомо застосувати **різні синоніми** з кожного ряду, щоб уникнути повторів і продемонструвати **багатство** свого лексикону. Підкресліть, як саме варіативність номінацій дозволила Вам посилити глибину та переконливість тексту.

Завдання 2. Оберіть для опису постать, яка є символом **незламності та професіоналізму** у своїй сфері (наприклад, видатний український медик, волонтер, військовий капелан, вчитель). Напишіть **короткий публіцистичний нарис (150–180 слів)**, дотримуючись таких вимог: **1. Створіть емоційно-оцінне тло**, використовуючи **щонайменше чотири художні епітети** (наприклад: *мудрий, багатогранний, титанічний, глибоко людяний*). **2. Уведіть два розгорнуті порівняння**, що мають **чітку оцінну функцію** і підносять її/його образ до рівня символу (наприклад: *«Її стійкість – як стародавній дуб, що пережив сотні буревіїв»*). У фінальному реченні підкресліть і прокоментуйте, як саме ці мовні засоби **посилюють експресію** тексту і сприяють **моральному вихованню** читача.

Завдання 3. Відредагуйте поданий нижче текст, присвячений питанням екологічної свідомості, виправляючи **стилістичні помилки** (кліше, тавтологію, невдалі словосполучення) та замінюючи їх на **яскравіші, оригінальніші вирази**. Для підвищення **експресивності та багатства** мовлення додайте в текст **два-три** нові тропи (метафори чи порівняння), які відповідають публіцистичному стилю та не порушують норм.

Текст для редагування: «У наш час екологічні проблеми, особливо проблеми забруднення, виходять на перший план. Треба приділяти увагу питанням екології. Всі ми повинні чітко усвідомлювати свій громадянський обов'язок і приймати активну участь у процесі захисту довкілля. Це надзвичайно важливий пріоритет. На жаль, багато людей ігнорує ці питання,

не роблячи ніяких кроків. Така ситуація повинна бути змінена, оскільки вона є негативною для всіх нас. Ми маємо рішуче стати на шлях екологічної свідомості.»

Вимоги до редагування: замініть кліше («виходять на перший план», «приймати активну участь», «повинна бути змінена») та усуньте тавтологію (проблеми забруднення, проблеми екології, питання екології). Після редагування текст має звучати гостро, сучасно та переконливо.

Завдання 4. Прочитайте коментар про військову операцію «Павутина». Знайдіть і виправте всі типи помилок: лексичні, граматичні, орфографічні, стилістичні та пунктуаційні.

«Операція «Павутина» стала, на мій погляд, самою грандіозною та найскладнішою, розвітницькою місією, що коли-небудь проходила. Вона потребувала стараного планування, і високого рівня координації, бо інакше провал був не минучий. Головною метою стало розкриття мережі, яка звязувала корупційні еліменти з високопоставленими посадовцями. Слід підчеркнути, що успіх залежав від того, як прескільки і бесшумно було прораховано кожен крок в ночі». «Коли агенти діяли по одинці їм було необхідно сберігати максимальний спокій. Це було дуже складно, але завдяки примудреному керівництву «Павутина» не просто спрацювала: вона надала безпрецедентний об'єм інформації. Сьогодні ми можемо констатувати: їхня виконання цієї операції є ціннішим будь-якої медалі».

Завдання 5. Прочитайте коментар дописувача про «Євробачення 2025». Знайдіть виділені слова та замініть їх більш точними або менш вживаними синонімами, щоб урізноманітнити текст.

*«Конкурс «Євробачення 2025» надає **унікальну** можливість зазирнути в **майбутнє** європейської популярної культури. Це **грандіозна** подія, яка виходить далеко за межі звичайного **телевізійного** шоу. Хоча **багато** хто сприймає його лише як **яскравий** фестиваль епатажу, його роль у формуванні суспільної думки та сили європейських країн виявилась значною.*

Проаналізувавши *перші* відбори та заяви *організаторів*, можна стверджувати, що головним *трендом* року стане повернення до *автентичності* та глибоких національних мотивів, але з використанням *сучасних технологій*».

Завдання 6. Прочитайте допис спортивного глядача про бій між Олександром Усиком і Тайсоном Ф'юрі. У тексті ви знайдете 12 місць, позначених символом «...». Ваше завдання – вставити в ці місця доречні та яскраві порівняння (з використанням слів *як, ніби, мов, наче, подібно до* тощо), щоб посилити образність, динаміку та емоційність опису.

«Це була не просто битва за титул абсолютного чемпіона; це був драматичний спір стилів, епох і філософій, який розгорнувся на кривавому полотні рингу. Ф'юрі, велетенський "Циганський Король", вийшов потужний і непохитний, Його захист був монолітним, ..., а удари він викидав рідко, але з жахливою вагою, Усик, навпаки, був рухливим, ..., його ноги працювали безперервно, ..., перетворюючи ринг на свою особисту шахівницю.

Кульмінація настала у дев'ятому раунді. Це була мить істини, коли Усик перетворився на справжню бурю. Його атака була раптовою, ..., і Ф'юрі похитнувся, Тайсон впав на канати, але рефері врятував його, До фінального гонгу британський боксер тримався, ..., але було очевидно, що перелом настав. Вердикт суддів прозвучав урочисто, ..., і світ отримав нового абсолютного чемпіона».

Завдання 7. Прочитайте коментар користувача мережевого щоденника про український хор «Гомін». Ваше завдання – виписати з тексту приклади художніх засобів (тропів) і пояснити їхню стилістичну роль.

«Хор «Гомін» – це не просто музичний колектив; це жива арка, що єднає нас із прадавньою Україною. Кожен їхній виступ є сакральним ритуалом, який наповнює простір духом віків. Коли співає баритоніва секція, її звучання розкочується залом мов довгий гірський грім після затяжної зливи, надаючи мелодії непохитної основи. Голоси тенорів плывуть угору наче срібні стрічки

на ранковому вітрі, а сопрано пронизують простір подібно до першого променя сонця.

У фінальному акорді відчувається така сила, що здатна розколоти асфальт і заповнити собою весь Всесвіт. Це не просто спів; це багатотональний свідок історії, чия велич така, що змушує замовкнути навіть саму Тишу. Хор «Гомін» несе на своїх крилах душі мільйонів, і ця ноша – його найвища честь і найбільша відповідальність».

Завдання 8. Прочитайте допис користувача соціальних мереж про фільм «Конотопська відьма». Ваше завдання – виписати та проаналізувати виділені жирним шрифтом слова та вирази, згрупувавши їх у дві колонки: фразеологізми та символи. Для кожного фразеологізму визначте його значення, а для кожного символу – його культурний зміст у фільмі.

*«Фільм «Конотопська відьма» увірвався в кінематографічний простір, мов грім серед ясного неба, ставши культурною подією, яку неможливо ігнорувати. Це не легковажна екранізація класичної повісті, а **криваве дзеркало** нашої доби, де питання справедливості та жіночої відплати постають у всій своїй неприхованій жорстокості. Головна героїня, переживши особисту трагедію, вирішує **нести свій важкий хрест**, але не як жертва, а як месниця. Вона **не стала заплющувати очі** на зраду та несправедливість, яку їй **вкинули в душу** її кривдники. Кожен її крок – це виклик.*

*Саме місто **Конотоп** тут не просто географічна точка, а **горнило випробувань**, де виковується справжня сила. Коли Олена **всипала перцю** своїм кривдникам, глядачі відчули не просто полегшення, а й глибоке суспільне **задоволення** від відновлення справедливості. Символіка **рудого півня**, що **кричить на світанку**, натякає на зраду і, водночас, на **очищення** через вогонь. Це кіно, **що сидить у печінках** усім тим, хто звик до зручних і безпечних оповідей, і воно, без сумніву, **залишить глибокий слід у нашій культурі**».*

Завдання 9. Прочитайте коментар блогера про недавні висловлювання одного із західних лідерів щодо України. На основі тексту та власних знань, напишіть твір у публіцистичному стилі на тему: «Етика офіційно-ділового спілкування».

У творі ви повинні дотримуватись таких вимог:

1. Текст має бути в публіцистичному стилі.
2. Потрібно висловити чітку позицію щодо того, як саме держава має захищати свої інтереси та гідність на міжнародній арені.
3. Твір повинен містити вступ, основну частину та висновок.
4. Обсяг тексту: приблизно 350-400 слів.

Коментар: «Нещодавні заяви Дональда Трампа щодо України викликали бурю обговорень у світовій політичній пресі, перейшовши межю між політичною критикою та особистими оцінками. Його риторика скидає зі стін звичну дипломатичну обережність, змушуючи Київ і Вашингтон грати в небезпечну гру з непередбачуваними наслідками.

Він дозволив собі публічні, досить гострі й недоречні зауваження щодо зовнішнього вигляду та одягу Президента України Володимира Зеленського, який в умовах війни постійно носить мілітарний одяг. Трамп не посоромився назвати його «найкращим продавцем» (натякаючи на прохання про зброю) та поставити під сумнів доречність його військового дрес-коду на міжнародних зустрічах. Ці висловлювання – це прямий випад не лише проти лідера, а й проти символіки боротьби цілого народу».

Завдання 10. Прочитайте допис користувача онлайн-щоденників про повернення співачки Лами. Текст містить низку поширених стилістичних помилок, росіянізмів, калькувань та англізмів. Ваше завдання – провести аналіз тексту і переписати його літературною українською мовою у публіцистичному стилі.

«Повернення Лами на нашу сцену – це грандіозний кейс, який визиває велику зацікавленість. Після довгого перериву, коли артистка відсутствовала

у публічному полі, її камбек являється не просто собитієм, а викликом ринку. Вона повинна доказати, що її творчий потенціал не ісчерпав себе. Адже більшість глядачів вже привикли до нових лиць і більш сучасного саунду.

Нам потрібно всіляко підтримувати таких артистів, бо вони несуть на собі груз минулого. Але важливо, щоб вони сами дали зрозуміти, що готові перевернути сторінку. Якщо Лама не зможе зробити цей перехід, то її повернення останеться лише ностальгією для окремих фанатів».

Практика публіцистичного стилю в школі є потужним методом громадської освіти. Використання лінгвістичних інструментів, таких як оцінна лексика, епітети, порівняння, метафори у текстах відомих ЗМІ, сприяє покращенню мовленнєвих навичок учнів, а також їхніх знань про світ. Також робота спрятиме:

- розширенню словникового запасу суспільно-політичної лексики;
- розвитку критичного мислення та здатності аргументовано захищати власну точку зору.

У результаті такий лінгводидактичний підхід до роботи з публіцистичним стилем, зокрема з мережевим дискурсом, сприяє медіаграмотності школярів.

Висновки до 3 розділу

Комплексне дослідження аналізу лінгвістичних засобів публіцистичного стилю у 10-11 класах загальноосвітніх шкіл засвідчили, що матеріал у підручниках наявний, але його недостатньо для формування медіаграмотності.

Матеріали в першу чергу стосуються опису поширених жанрів та загальних характеристик стилю, що призводить частково до формалізму освітнього змісту. Основний інструмент репортажу – оцінна функція мови – все ще знаходиться на периферії уваги, що відображає брак уваги до механізмів впливу. Рідко трапляються завдання в підручниках, які вимагають

від учнів розпізнавання експресивних засобів, риторичних структур чи конотованої лексики; це фактично заважає учням зрозуміти, як формується громадська думка. Розроблені та запропоновані справи задумані як метод масштабнішого аналізу публіцистичного стилю.

Подані навчальні завдання спрямовані на розпізнавання оцінної лексики та емоційних виразів; редагування та створення письмових висловлювань, що базуються на цілеспрямованому використанні медіаресурсів; а також критичний аналіз (порівняння різних медіа та аналіз риторичних прийомів).

Отже, робота із публіцистичним стилем є важливою, але на такий вид діяльності відведено небагато часу. Публіцистичний стиль є не просто функціональним компонентом мови, але й потужним мотиваційним фактором для критичного мислення, медіарозуміння та громадянської свідомості серед учнів. Щоб повною мірою розкрити потенціал публіцистичного стилю, необхідно доповнити навчальний зміст: тексти повинні містити більше практичних завдань, зосереджених на розпізнаванні інструментів оцінювання мови та залучення відповідних медіа до роботи на уроках. Під час цього процесу головну роль відіграє вчитель, який повинен перейти від простого викладання теорії до заохочення активного лінгвістичного розуміння мовного матеріалу учнями.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи все вищесказане, можемо стверджувати, що проведене дослідження зосереджене на системному вивченні сучасного мережевого дискурсу як одного з найважливіших комунікаційних компонентів XXI століття, що суттєво змінив традиційний медіапростір. Персональні онлайн-платформи, зокрема інтернет-щоденники (блоги) та соціальні мережі, стали потужними інструментами для самовираження, обміну досвідом, думками та знаннями, посприяли формуванню нових осередків та відіграли значну роль у соціальному та політичному житті, особливо в умовах воєнного часу. Цей стиль онлайн-спілкування, який обходить стандартний бар'єр редакційної роботи, потребував всебічного аналізу, особливо в контексті необхідності формування медійної грамотності споживачів мережевого контенту, що увиразнює лінгводидактичний аспект проблематики.

Було визначено та класифіковано ключові комунікативні ознаки мови (правильність, чистота, образність, різноманітність) як комплекс якісних параметрів, що забезпечують ефективність мовленнєвого акту, підкреслюють їхню взаємозалежність, як-от взаємозв'язок між багатством і різноманітністю мовлення. Встановлено, що мережевий дискурс є гібридним середовищем, який характеризується стилістичною багатовекторністю. Він поєднує формальні ознаки публіцистики, неофіційність розмовного стилю та елементи художнього мовлення, активно використовує мультимедійні компоненти (меми, емодзі) для досягнення максимальної експресії. З'ясовано, що у цьому середовищі традиційні норми часто свідомо порушуються, утворюючи такі явища, як суржик або ненормативна лексика. Ці відхилення виступають не лише як помилки, а як маркери ідентифікації та засіб підкреслення високої емоційності, що створюють невимушену атмосферу. Водночас, саме мережевий простір парадоксально стає потужним каталізатором для

обговорення та просування ідей мовної чистоти та свідомості, що свідчить про процеси саморегуляції в онлайн-спільнотах.

В аналізі україномовних мережевих щоденників засвідчено їхню виняткову лінгвістичну та стилістичну варіативність, що робить цей дискурс одним із найрезонансніших та емоційно насичених. Було підтверджено, що успішна комунікація в українському онлайн-просторі базується на свідомому використанні багатства мови, вираженому через розгалужені синонімічні ряди та активне вживання тропів (метафор, порівнянь, гіпербол, епітетів, персоніфікацій). Особливо виразно це проявляється в текстах, присвячених військовим подіям, де багатство мови слугує інструментом для створення героїчного, епічного нарративу та посилення соціального впливу. Наприклад, різноманітність лексики для позначення українських військових (від *«Збройні Сили України»* до *«хлопці», «козаки»*) та використання гіпербол, як-от *«найграндіозніша військова операція століття»*, перетворює об'єктивний факт на символічне значення. У культурному та спортивному дискурсі мовна образність, забезпечує глибину сприйняття та підносить об'єкт опису до рівня символу (Усик порівнюється з *«диригентом»*, а образ української жінки у фільмі *«Конотопська відьма»* описується як *«буря, що стить у лісі»* та *«звук, що пронизує бетон»*, із застосуванням архетипних метафор. Це доводить, що україномовний мережевий простір є динамічним процесом для вивчення мовних інновацій та змін.

Дослідження чинних шкільних навчальних програм та підручників з української мови для 9-11 класів виявило методичну прогалину у вивченні публіцистичного стилю, що прямо перешкоджає формуванню наскрізної лінії *«Медіаграмотність»*. З'ясовано, що наявний навчальний матеріал, хоча і покриває загальні характеристики стилю та його жанри, недостатньо уваги приділяє оцінній функції мови та механізмам лінгвістичного впливу, маніпуляції в мережевому дискурсі. Наприклад, у підручниках акцент часто стоїть на загальних ознаках стилю, а не на цілеспрямованому розборі

інструментів впливу або мовних маркерів суб'єктивної оцінки, що фактично заважає учням зрозуміти, як саме формується громадська думка. Цей брак уваги до конотованої лексики вимагав розробки нових методичних підходів. У відповідь на це, було запропоновано комплекс практичних вправ (як-от: «Термометр заголовка», «Нейтралізатор», «Редакційний фільтр»), побудованих на реальному мережевому контенті. Ці завдання спрямовані на декодування оцінної лексики, усунення мовних помилок та маніпуляцій, що забезпечує розвиток критичного мислення та здатності аргументовано захищати власну позицію учнів.

Україномовний мережевий простір – це високоекспресивна, полістилістична система, яка демонструє велике лінгвістичне багатство і вимагає від споживачів контенту високого рівня стилістичної гнучкості та критичного осмислення. Для повного розкриття потенціалу мови та успішної адаптації учнів старшої школи до сучасного інформаційного середовища, необхідно систематично інтегрувати аналіз мережевого дискурсу та його лінгвістичних інструментів у шкільний курс української мови. Це вимагає переходу від формального викладання теорії до активного лінгвістичного розуміння та практичного застосування мовного матеріалу. Лінгводидактичний підхід дозволяє використовувати публіцистичний стиль не лише як функціональний компонент, а як потужний мотиваційний фактор для критичного мислення, медіарозуміння та громадянської свідомості серед учнів.

Подальші наукові роботи можуть зосередитися на кількох важливих напрямках, що впливають із виявленої специфіки мережевого дискурсу та його взаємодії з освітнім процесом. Актуальним є глибокий кількісний та якісний аналіз частотності вживання експресивних засобів (гіпербол, метафор, сленгу) у різних тематичних та жанрових сегментах українського мережевого простору, щоб визначити, які лінгвістичні прийоми є найбільш ефективними. Необхідно детально вивчити лінгвістичні механізми створення та поширення

мережевих мемів та інших мультимодальних текстів (поєднання тексту, емодзі, зображень) та їхній вплив на формування громадської думки. Важливим є розробка деталізованої, практично орієнтованої методики викладання медіаграмотності, зосередженої на матеріалі мовної чистоти та коректності. Отже, результати аналізу можна використати для створення цифрових інтерактивних освітніх платформ, роботи зі стилістичними помилками, суржиком та маніпуляціями в реальному часі, що дозволить ефективніше інтегрувати мережевий дискурс в освітній процес.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Айзексон В. Інноватори. Як група хакерів, геніїв та гіків здійснила цифрову революцію пер. з англ. Д. Голомозда. Київ: Наш формат, 2017. 488 с.
2. Антонюк Д. С. Теоретичні та практичні аспекти розроблення та використання цифрових освітніх ресурсів: погляд вітчизняних учених. Вісник Запорізького національного університету. *Педагогічні науки*. 2020. С. 189-196.
3. Артамонова І. М. Блог як публічна автокомунікація. *Держава та регіони*. 2010. № 2. С. 9-14.
4. Артамонова І. Тенденції становлення та перспективи розвитку інтернет-журналістики в Україні. Донецьк: Лебідь, 2009. 416 с.
5. Бабич Н. Д. Практична стилістика і культура української мови: навчальний посібник для студ. філол. спец. вищ. навч. закл. Львів: Світ, 2003. 432 с.
6. Бехта І. А., Ковалевська Т. І. Цифрова компетенція освітян в умовах невідкладної цифровізації освіти. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2022. №14 (82). С. 109-112.
7. Блог. URL: <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BB%20%D0%BE%D0%B3> [дата звернення: 11.02.2025].
8. Богатько В. В. Явища еліпсису в мові сучасної української публіцистики: дис. канд. філол. наук: 10.02.01. Вінниця, 2005. 175 с.
9. Бондаренко Т. Г. Типологія мовних помилок та їх усунення під час редагування журналістських матеріалів: дис. канд. філол. наук: 10.01.08. Черкаси, 2003. 283 с.
10. Вакалюк Т. А., Антонюк Д. С., Новіцька І. В., Медведєва М. О. Цифрова трансформація вищої освіти: закордонний та вітчизняний досвід. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. 2022. № 90. С. 24-28.

11. Водолазька С. А. Сучасна видавнича галузь східноєвропейського регіону: інноваційні детермінанти та актуальні трансформації: автореф. дис. канд. соц. комунікацій: 27.00.01. Київ, 2016. 28 с.
12. Гасинець Я. С., Вакерич М. М., Куртяк Ф. Ф. Цифрова трансформація освіти майбутнього: стандарти, норми та правила. *Академічні візії*. 2023. № 16. 16 с.
13. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору. *Технологія і техніка друкарства*. 2017. № 3(57). С. 93-100.
14. Дацишин Х. П. Метафора в українському політичному дискурсі (за матеріалами сучасної періодики): дис. канд. філол. наук: 10.01.08. Львів, 2004. 208 с.
15. Євсєєва Г. П. Перифрази в мові сучасних газет (на матеріалі українських газет 80-90 років ХХ століття): дис. канд. філол. наук: 10.02.01. Дніпро, 2002. 219 с.
16. Заліпська І. Я. Комунікативні ознаки української мови у прямому радіо- і телеєфірі: дис. канд. філол. наук: 10.02.01. Київ, 2013. 203 с.
17. Зелінська Н. Просування книжкових видань у традиційних та новітніх українських медіа у контексті європейської практики. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 56. С. 96-99.
18. Зернецька Л. Глобальна політична блогосфера – нова арена політичної комунікації. *Політичний менеджмент*. 2009. № 2(35). С. 13-26.
19. Іващук О. Піарщики за сумісництвом. *Книжковий огляд*. 2002. № 7-8. С. 43-48.
20. Івкова Н. М. Фігури експресивного синтаксису в сучасній публіцистичній літературі: дис. канд. філол. наук: 10.02.01. Горлівка, 2007. 217 с.
21. Ільченко О. А. Метафоричні словосполучення в мові української преси ХХІ ст.: автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.01. Харків, 2012. 20 с.

22. Ключковська Г. М. Книжкова промоція як взаємодія книжкової справи та ЗМІ: (засади формування української моделі): автореф. дис. канд. філол. наук: 10.01.08. Київ, 2000. 20 с.
23. Ключковська Г. Пабліситі: мас-медіа та автор як складові книжкової промоції. *Українська періодика: історія і сучасність* : доп. та повідомл. п'ятої Всеукр. наук.-теорет. конф. 27-28 листоп. 1998 р. Львів, 1999. С. 435-449.
24. Коваленко Б. О. Стилiстично знижена лексика в мові сучасної української публіцистики: дис. канд. філол. наук: 10.02.01. Київ, 2003. 203 с.
25. Ковтанюк М. С., Криворучко І. І., Тітова Л. О. Можливості використання сервісу mozaWeb у підготовці майбутніх учителів математики. *Наукові інновації та передові технології*. 2022. № 9(11). С. 98-107.
26. Кононенко Л. В. Формування цифрової компетентності як основа трансформації вищої освіти в умовах глобалізаційних процесів. *Вісник науки та освіти*. 2022. № 1(1). С. 169-180.
27. Коноплицький С. М. Соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет: феноменологічний аналіз: дис. канд. соц. наук : 22.00.01. Київ, НАН України, Інститут соціології, 2006. 154 с.
28. Копистинська І. Рекламно-інформаційна політика видавництва у перше десятиліття незалежності України. *Український інформаційний простір*. 2018. № 1. С. 242-252.
29. Корольок Н. Я. Особливості формування і просування видавничого бренду. *Наукові записки Української академії друкарства*. Серія: Економічні науки. 2015. № 2. С. 78-86.
30. Космач І. Промоція книжкових видань як складова видавничого менеджменту. *Збірник наукових праць студентів, аспірантів і молодих вчених «Молода наука-2011»*: у 5 т. Запоріжжя, 2011. Т 5. С. 277-281.

31. Коць Т. А. Функціональний аспект лексичної норми в засобах масової інформації (на матеріалі газет 90-х років ХХ ст.): дис. канд. філол. наук: 10.02.01. Київ, 1997. 193 с.
32. Кравченко Т. О. Становлення мережевого суспільства в умовах сучасності. Філософія: збірник праць. Київ, 2012. С. 141-151.
33. Крейг Р. Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у нових ЗМІ. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 324 с.
34. Криворучко І. І., Тітова Л. О. Хмарні та мобільні технології у підготовці майбутнього вчителя. *Педагогічна академія: наукові записки*. 2024. №10. С. 10-18.
35. Леонов І. В., Семенова М. І. Ефективність пропаганди і реклами книги. Київ: Реклама, 1985. 20 с.
36. Мала філологічна енциклопедія/ укл.: О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк. Київ: Довіра, 2007. 478 с.
37. Мамчур Л. І. Основні форми міжособистісної комунікації. URL: https://library.udpu.edu.ua/library_files/psuh_pedagog_prob1_silsk_shkol_u/15/visnuk_11.pdf [дата звернення: 30.06.2025].
38. Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика: навч. посіб. 2-ге вид., стер. Київ: Вища школа, 2006. 311 с.
39. Медведєва М. О. Використання цифрових освітніх ресурсів у навчанні інформатики. Сучасні освітні технології Волинського краю: *матеріали науково-теорет. конф.* (4 квіт. 2024 р., м. Володимир). 2024. С. 349-352.
40. Мелещенко О. Інтернет-технології в сучасній журналістиці: моделі та практика. Київ: КиМУ, 2005. 385 с.
41. Мельник Ю., Драчук О. Аналіз комплексу маркетингу книговидавничої справи. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2010. № 1. С. 96-101.

42. Мельничайко В. Я. Лінгвістика тексту в шкільному курсі української мови: посібник для вчителів. Київ: Рад. школа, 1986. 168 с.
43. Мельничайко В. Я. Лінгвістичні основи викладання української мови в школі. *Мовознавство і школа*/ відп. ред. М. А. Жовтобрюх. Київ : Наукова думка, 1981. С. 22-123.
44. Методика викладання української мови: навч. посібник/ С. І. Дорошенко, М. С. Вашуленко, О. І. Мельничайко та ін. Київ: Вища школа, 1992. 396 с.
45. Методика викладання української мови в школі/ за ред. І. С. Олійника. Київ: Вища школа, 1999. 439 с.
46. Методика навчання рідної мови в середніх навчальних закладах/ за ред. М. І. Пентилюк. Київ: Ленвіт, 2000. 264 с.
47. Методика навчання української мови в початковій школі: навчально-методичний посібник для студентів вищих навчальних закладів/ за наук. ред. М. С. Вашуленка. Київ: Літера ЛТД, 2011. 364 с.
48. Методика навчання української мови в середніх освітніх закладах: підручник для студентів філологічних факультетів університетів/ за ред. проф. М. Пентилюк. Київ: Ленвіт, 2009. 400 с.
49. Мітчук О. А. Нові слова та їх значення у мові мас-медіа Рівненщини: дис. канд. філол. наук: 10.01.08. Львів, 2006. 170 с.
50. Пашинська Л. М. Фразеологічні неологізми в сучасному українському мас-медійному дискурсі: автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.01. Київ, 2011. 20 с.
51. Рамка цифрової компетентності громадян України. Київ: Міністерство цифрової трансформації України, 2023. 105 с.
52. Рябічев В. Л., Баклан А. О. Моблогінг як один із різновидів соціальних медіа. Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 50. С. 159-161.

53. Скочинець О. І. Електронні медіа в контексті їх залучення до реалізації акцій книжкової промоції: спроба типологічного аналізу. *Наукові записки Української академії друкарства*. Серія: Соціальні комунікації. 2011. № 4. С. 152-161.

54. Стасюк Т. В. Відонімні утворення: структурно-семантичні і функціонально-стилістичні аспекти у мові сучасної публіцистики: дис. канд. філол. наук: 10.02.01. Київ, 2005. 265 с.

55. Стишов О. А. Динамічні процеси в лексико-семантичній системі та в словотворі української мови кінця ХХ ст. (на матеріалі мови засобів масової інформації): дис. д-ра філол. наук: 10.02.01. Київ, 2003. 597 с.

56. Струганець Л. В. Динаміка лексичних норм української літературної мови ХХ століття. Тернопіль: Астон, 2002. 352 с.

57. Струганець Л. В. Культура мови. Словник термінів. Тернопіль: Навчальна книга–Богдан, 2000. 88 с.

58. Струганець Л. В. Мовнокомунікативна компетентність учителя-лідера: навч. посібник Тернопіль, 2016. 40 с.

59. Струганець Л. В. Теоретичні основи культури мови: навчальний посібник для студ. філол. фак. вузів України. Тернопіль: Навчальна книга–Богдан, 1997. 96 с.

60. Ступак О. Т. Інформаційно-цифрова компетентність як складова освітнього процесу сучасної школи. *Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку* : матеріали ХХІІІ-ої Міжнар. науково-практ. конф. С. 220-224.

61. Судин А. Ю. Застосування методів пропаганди, паблік рілейшнз, промоції в книжковій справі засобами ЗМІ. *Поліграфія і видавнича справа*. 2006. № 4. С. 50-55.

62. Судин А. Ю. Неоплачувані прийоми реклами у книжковій справі. *Поліграфія і видавнича справа*. 2008. № 1. С. 102-108.

63. Теремко В. І. Видавничий маркетинг: навч. посібник. Київ: *Академвидав*, 2009. 272 с.
64. Тітова Л. О. Онлайн-засоби формування інформаційно-цифрової компетентності майбутніх педагогів в умовах дистанційного навчання. *Věda a perspektivy*. 2022. № 5(12). С. 132-143.
65. Тітова Л. О., Ковтанюк М. С., Ямковенко В. О. Цифрові засоби розвитку медіаграмотності здобувачів освіти. *Українські студії в європейському контексті*. 2024. № 8. С. 305-311.
66. Ткачук Г. В., Медведєва М. О. ІКТ як засіб формування інформаційноцифрової компетентності студентів педагогічних університетів. *Молодь і ринок*. 2023. № 1. С. 74-80.
67. Тонкіх І. Журналістичні блоги як форма впливу на громадську думку в українському інтернеті. *Психолінгвіст*. 2012. № 11. С. 290-297.
68. Третяк Н. В. Жаргонна лексика в друкованих ЗМІ (номінативно-експресивна функція): монографія. Кам'янець-Подільський, 2012. 183 с.
69. Турчак О. М. Оказіоналізми в мові української преси 90-х років ХХ століття: дис. канд. філол. наук: 10.02.01. Дніпро, 2004. 256 с.
70. Цигилик І. І., Бибик Я. Р., Ємбрик М. Я. Економіка підприємства (в питаннях і відповідях): навч. пос. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 207 с.
71. Чекмишев О., Ярошенко Л. Основи якісного блогерства. Київ: ФОП А. М. Рудницька, 2014. 48 с.
72. Черемська О. С. Лексична та граматична інтерференція в сучасній українській літературній мові як наслідок українсько-російського білінгвізму (на матеріалі преси Харківщини 50-80-х років ХХ ст.): автореф. дис. канд. філол. наук: 10.01.02. Харків, 2002. 16 с.
73. Чжан К. Дослідження шляхів удосконалення цифрової компетентності (ІКТ) здобувачів освіти у закладах вищої освіти. *Інноватика у вихованні*. 2022. № 15. С. 349-354.

74. Шолуха Н.Є. Культурологічні та соціально-філософські виміри комунікації: інтернет-блог як сучасний варіант особистого щоденника в масовій культурі. *Культура України*. 2012. № 37. С. 50-58.

75. Cavazza F. Social Media Landscape. 2014. URL:<https://fredcavazza.net/2014/05/22/social-medialandscape-2014/> [дата звернення: 11.07.2025].

76. CD – The Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> [дата звернення: 17.01.2025].

77. Does the Pay Gap Exist on Instagram? Remuneration of Male vs Female Creators. Hype Journal. 2020. URL:<https://hypeauditor.com/blog/does-the-pay-gap-exist-oninstagram-remuneration-of-male-vs-female-creators/> [дата звернення: 26.09.2025].

78. GDO – Digital 2020, Global Digital Overview. URL: <https://wearesocial.com/digital-2020> [дата звернення: 17.01.2025].

79. Instagram. URL: <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/Instagram> [дата звернення: 12.02.2025].

80. Jeffrey Rosen. Your Blog or Mine. The New York Times Magazine. 2004. URL: <https://www.nytimes.com/2004/12/19/magazine/your-blog-or-mine.html> [дата звернення: 12.02.2025].

81. Kaplan M., Haenlein M. Social media: back to the roots and back to the future *Journal of Systems and Information Technology*. 2012. Vol. 14. № 2. P. 101-104. URL:<https://pdfs.semanticscholar.org/deb2/d91a0fc41> [дата звернення: 17.01.2025].

82. Kemp S. Digital 2020: 3.8 Billion People Use Social Media. URL:<https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> [дата звернення: 17.07.2025].

83. Kluver R. Globalization, Informatization, and Intercultural Communication. *American Communication Journal*. URL: <http://ac-journal.org/journal/vol3/Iss3/spec1/kluver.htm> [дата звернення: 17.01.2025].

84. Kyle Byers. How Many Blogs Are There?
URL: <https://growthbadger.com/blog-stats/> [дата звернення: 19.07.2025].
85. LinkedIn. URL: <https://www.linkedin.com/> [дата звернення: 18.05.2025].
86. MMORPG. URL: <https://www.mmobomb.com/games/mmorpg>
[дата звернення: 22.05.2025].
87. Most popular social networks worldwide as of October 2020, ranked
by number of active users.
URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> [дата звернення: 17.08.2025].
88. MyChurch. URL: <http://www.mychurch.org/> [дата звернення: 22.05.2024].
89. OLD – The Oxford Learner’s Dictionaries.
URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> [дата звернення: 19.08.2025].
90. Recruitica – Recruitica by AIN.UA.
URL: <https://recruitika.com/companies/%20profeo/> [дата звернення: 20.05.2025].
91. Student Blogs. URL: <https://www.hsinet.org/student-blogs/> [дата звернення: 23.06.2025].
92. The Most Popular Platform for Following Influencers. Morning
Consult. URL: <https://morningconsult.com/form/most-popular-platforms-for-influencers-youtube-orinstagram/> [дата звернення: 24.04.2025].
93. The top 500 sites on the web. Alexa.
URL: <https://www.alexa.com/topsites> [дата звернення: 13.02.2025]
94. Torrent. URL: <https://www.utorrent.com/intl/ru/utweb-index>
[дата звернення: 19.05.2025].

95. TWR – Top Websites Ranking. Top sites ranking for all categories in the world. Similar Web. 2020. URL: <https://www.similarweb.com/top-websites/> [дата звернення: 13.02.2025].
96. Twitter. URL: <https://twitter.com/?lang=uk> [дата звернення: 19.05.2025].
97. UNESCO 2005 – Towards knowledge societies: UNESCO world report. URL: <http://surl.li/umdv> [дата звернення: 22.07.2025].
98. Weblogg-ed. URL: <https://distance-educator.com/weblogg-ed/> [дата звернення: 23.05.2025].
99. WordPress. URL: <http://surl.li/umcs> [дата звернення: 23.05.2025].
100. Youtube. URL: <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/YouTube> [дата звернення: 10.02.2025].

АНОТАЦІЯ

Яцишин Д. Я. Мережевий дискурс: комунікативно-прагматичний та лінгводидактичний аспекти: кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «магістр» зі спеціальності 014 Середня освіта. Тернопіль: ТНПУ, 2025. 104 с.

Кваліфікаційну роботу присвячено аналізу особливостей сучасного мережевого дискурсу в комунікативно-прагматичному та лінгводидактичному аспектах.

У роботі проаналізовано особливості мережевих щоденників, як-от: правильність, чистота, образність, різноманітність мови та окреслено риси сучасної блогосфери. Визначено зміст поняття «комунікативні ознаки» і створено корпус джерельного матеріалу на основі соціальних мереж «Facebook», «Instagram», «Telegram», «YouTube». Схарактеризовано реалізацію домінантних комунікативних ознак у мережевих щоденниках, спрямованих на детальне вивчення їх мовної структури. Проаналізовано шкільну програму і підручники з української мови у ракурсі вивчення публіцистичного стилю загалом і мережевих щоденників зокрема. Розроблено види вправ на основі матеріалу соціальних мереж для масштабнішого аналізу публіцистичного стилю.

Ключові слова: українська мова, мережеві щоденники, комунікативно-прагматичні ознаки, лінгводидактика, правильність, чистота, образність, різноманітність, медіаграмотність.

ABSTRACT

Yatsyshyn D. Y. Network Discourse: Communicative-pragmatic and Linguodidactic Aspects: Master's thesis for the educational degree «Master» in specialty 014 Secondary Education. Ternopil: TNPU, 2025. 104 p.

The qualification work is devoted to the analysis of the peculiarities of modern network discourse in its communicative-pragmatic and linguodid aspects.

The work analyzes the features of network diaries (blogs), such as correctness, purity, imagery, and variety of language, and outlines the characteristics of the modern blogosphere. The content of the concept «communicative features» is defined, and a corpus of source material is created based on the social networks «Facebook», «Instagram», «Telegram», and «YouTube». The realization of dominant communicative features in network diaries is characterized, aiming at a detailed study of their linguistic structure. The school curriculum and textbooks on the Ukrainian language are analyzed from the perspective of studying the journalistic style in general and network diaries in particular. Types of exercises based on social media material are developed for a broader analysis of the journalistic style.

Key words: Ukrainian language, network diaries (blogs), communicative-pragmatic features, linguodidactics, correctness, purity, imagery, variety, media literacy.