

Рівненський державний гуманітарний університет
Філологічний факультет
Кафедра української мови та славістики

Дипломна робота
на здобуття освітнього ступеня магістра

**ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ ІНТЕРНЕТ-
КОМУНІКАЦІЇ В ТЕОРЕТИЧНІЙ І МЕТОДИЧНІЙ ПРОЄКЦІЇ**

Виконала студентка VI курсу групи У-61
спеціальності 014 Середня освіта
(Українська мова і література)
Софія БУЯН

Керівник — доктор філологічних наук,
професор Наталія СОВТИС
Рецензент — кандидат філологічних наук,
доцент Майя ДЗЮБА

Рівне — 2025

Зміст

Вступ.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ЛІНГВОКУЛЬТУРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ.....	7
1.1. Інтернет-комунікація як нова форма дискурсу: визначення, характерні риси, класифікація	7
1.2. Лінгвокультурний підхід до аналізу сучасної комунікації.....	11
1.3. Особливості мовної поведінки в інтернеті: сленг, емодзі, меми, нові жанри	13
1.4. Вплив інтернет-комунікації на сучасну українську мову: запозичення, неологізми, мовна економія, гібридизація кодів.....	16
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЛІНГВОКУЛЬТУРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ СУЧАСНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ	20
2.1. Лексичні та стилістичні інновації в українському сегменті соціальних мереж (Facebook, Instagram, TikTok)	20
2.2. Лінгвокультурні маркери ідентичності у віртуальному просторі (українські меми, жарти, слогани, акроніми, хештеги)	25
2.3. Динаміка мовних змін: аналіз прикладів із форуму міста Рівне	35
2.4. Інтернет-комунікація як простір формування нових мовних норм: побутування фемінітивів на сторінках студентського блогу Svitlo School.	41
РОЗДІЛ 3. МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛІВ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ В НАВЧАННІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ	45
3.1. Потенціал інтернет-дискурсу для формування мовної та комунікативної компетентності здобувачів освіти	45
3.2. Основи інтернет-комунікації в шкільному курсі української мови в контексті Нової української школи	49
Висновки.....	52
Список використаних джерел	55
Додатки	60

Додаток А	60
Додаток Б.....	69
Додаток В.....	73

Вступ

Актуальність теми дослідження. Рівень добробуту населення, економічний розвиток та місце держави у світовій спільноті безпосередньо залежать від ступеня її технологічного прогресу. Водночас ефективність використання новітніх технологій зумовлюється теоретичними й прикладними знаннями кожного громадянина. Сьогодні глобальна мережа постає одним із ключових чинників суспільного розвитку, справляючи вагомий вплив на всі сфери життя, зокрема й освітню. Це, своєю чергою, зумовлює модернізацію вимог до процесу навчання, засобів, ресурсів та методів викладання. Інтернет відкрив сучасному суспільству широкі можливості для збагачення інтелектуального потенціалу особистості, проте водночас спричинив збіднення етичних норм комунікації. Дослідження інтернет-комунікації у різних її проявах дозволяє глибше зрозуміти специфіку процесу віртуалізації суспільства та оцінити його наслідки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У вітчизняному науковому дискурсі значну увагу питанням інтернет-комунікації приділяли О. Антіпова, Н. Кравець, Т. Циганок, І. Дудко, Н. Зайцева, О. Ткаченко та ін. Їхні дослідження спрямовані на з'ясування специфіки інтернет-дискурсу, його гібридності, мультимодальності, впливу на мовну картину світу та трансформацію сучасної української мови. Окремим аспектам взаємодії природних і штучних мов у контексті інтернет-комунікацій, використання інформаційно-комунікаційних технологій присвятили свої праці такі науковці, як М. Кастельс, О. Леонтович, М. Мак-Люен, С. Михайлов, В. Монтвілов, В. Розін, М. Розов та ін.

Мета дослідження полягає в комплексному аналізі лінгвокультурних особливостей сучасної інтернет-комунікації та визначенні їхньої ролі у формуванні нових мовних і культурних практик.

Для досягнення мети передбачено виконання таких **завдань**:

– розкрити теоретичні основи вивчення інтернет-комунікації як особливого типу дискурсу;

- охарактеризувати лінгвокультурний підхід до аналізу сучасної цифрової комунікації;
- дослідити особливості мовної поведінки користувачів у мережі (сленг, емодзі, меми, нові жанри);
- проаналізувати вплив інтернет-комунікації на розвиток сучасної української мови;
- здійснити практичний аналіз лексичних і стилістичних інновацій в українському сегменті соціальних мереж;
- окреслити методичні можливості використання матеріалів інтернет-комунікації в навчанні української мови.

Об’єктом дослідження є інтернет-комунікація як сучасний тип дискурсу.

Предметом дослідження є лінгвокультурні особливості інтернет-комунікації в теоретичній та методичній проєкції.

Методи дослідження. У роботі використано комплекс наукових методів: історико-генетичний – для вивчення становлення інтернет-дискурсу; компаративний – для зіставлення мовних і культурних особливостей цифрової комунікації; описовий – для аналізу мовної поведінки в соціальних мережах; контент-аналіз – для систематизації прикладів інтернет-комунікації; системний підхід – для вивчення лінгвокультурних особливостей цифрової комунікації.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що:

- здійснено спробу комплексного аналізу лінгвокультурних особливостей сучасної інтернет-комунікації з урахуванням її впливу на мовну картину світу та формування цифрової ідентичності;
- уточнено понятійно-термінологічний апарат лінгвокультурології у сфері цифрової комунікації (зокрема, розглянуто меми, хештеги, емодзі як сучасні лінгвокультуреми);
- виявлено специфіку мовної поведінки користувачів українського сегмента соціальних мереж, зокрема новітні лексичні та стилістичні інновації, процеси неологізації та гібридизації кодів;

- розкрито роль інтернет-комунікації як чинника трансформації української мови, що виявляється в появі нових жанрів і форм мовної взаємодії;
- запропоновано методичні підходи до використання матеріалів інтернет-комунікації у викладанні української мови, що дозволяє інтегрувати сучасний цифровий дискурс в освітній процес.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що:

- результати можуть бути використані у викладанні курсу «Сучасна українська мова», а також у спецкурсах із лінгвістики та комунікативістики;
- розроблені методичні рекомендації та вправи можуть застосовуватися в освітньому процесі закладів загальної середньої та вищої освіти для формування мовної й комунікативної компетентності здобувачів освіти;
- зібраний матеріал українського сегмента інтернет-комунікації може слугувати джерельною базою для подальших лінгвістичних досліджень;
- результати дослідження можуть стати в нагоді вчителям, викладачам, журналістам, фахівцям у сфері цифрових комунікацій для вдосконалення мовної практики та розробки ефективних моделей цифрової комунікації;

Апробація роботи. Основні положення та результати дослідження обговорювалися на звітній науковій конференції викладачів, співробітників і здобувачів вищої освіти Рівненського державного гуманітарного університету 2025; VII Всеукраїнській науково-практичній конференції з міжнародною участю «Філологічні горизонти: науковий, лінгводидактичний, філософський, соціальний, інклюзивний, національно-патріотичний вектори» (16-17 жовтня 2025, ВНУ ім. Лесі Українки), а також у статті: Буян С. Особливості мовної поведінки в інтернеті: сленг, емодзі, меми, нові жанри. *Лінгвістичні студії молодих дослідників*: зб. наук. праць. Рівне : РДГУ. Вип. 14. 2025. С. 113–118.

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи – 59 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ЛІНГВОКУЛЬТУРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ

1.1. Інтернет-комунікація як нова форма дискурсу: визначення, характерні риси, класифікація

Інтернет-комунікація є продуктом цифрової революції та розвитку мережевих технологій. Вона охоплює всі форми мовної взаємодії, що здійснюються за допомогою електронних засобів: від електронної пошти до соціальних мереж, блогів, форумів, месенджерів і стрімінгових платформ. Це явище формує особливий тип дискурсу, що поєднує елементи традиційних і новітніх комунікативних практик.

У сучасному науковому полі дедалі частіше підкреслюється роль нових цифрових платформ у формуванні особливого типу дискурсу. Зокрема, зазначається: «У сучасному інформаційному просторі важливу роль відіграють онлайн-платформи для оцінювання та обговорення кінопродукції» [12, с. 223]. Така комунікація створює не лише новий інформаційний простір, але й розширює можливості для вивчення динаміки мовної поведінки користувачів.

За визначенням Т. Циганок, «інтернет-комунікація – це специфічний тип дискурсу, що поєднує ознаки усного й писемного мовлення, характеризується гібридністю, динамічністю та високим ступенем інтертекстуальності» [40, с. 12]. Гібридність проявляється в тому, що синтаксичні структури письма комбінуються з експресивністю й спонтанністю усного мовлення. Це робить інтернет-дискурс унікальною комбінацією двох різних мовних режимів. Як підкреслюють І. Дудко та Н. Зайцева, «інтернет-дискурс постає як новий тип комунікативної взаємодії, що поєднує риси усного й писемного мовлення, створюючи гібридну форму комунікації» [3, с. 67].

В останні роки особливу увагу привертає дискурс у зв'язку з новим комунікативним майданчиком – інтернетом. У наукових працях він розглядається як глобальне міжкультурне явище, «особливий різновид водночас усного та письмового дискурсу, що існує в інтерактивній сфері» [3, с. 67; 24]. При цьому «Всесвітня мережа – це глобальне дискурсивне утворення, що

складається з безлічі субдискурсів, пов'язаних між собою гіперпосиланнями, що вступають в інтертекстуальні зв'язки» [9]. Така структура забезпечує відкритість і варіативність мережевої комунікації, дозволяючи дослідникам розглядати інтернет-дискурс як багатовимірне й поліструктурне утворення.

О. Бойко висловлює слушне твердження про те, що «Віртуальна комунікація – це особлива форма комунікації, при якій комуніканти спілкуються між собою на певній відстані за допомогою електронних сторінок чи певних програм» [11, с. 23]. Як зазначає М. Малишева, «мережевий дискурс є різновидом електронного дискурсу, що реалізується у віртуальному середовищі та характеризується інтерактивністю, мультимодальністю та гіпертекстуальністю» [24, с. 12]. Очевидно, що специфіка інтернет-комунікації полягає в низці характерних рис. Насамперед це мультимодальність: поєднання тексту, зображень, відео та гіперпосилань у межах одного повідомлення, що розширює можливості передачі інформації. Як зазначають дослідниці, «характерною ознакою інтернет-комунікації є її мультимодальність, що полягає у поєднанні вербальних, візуальних та аудіальних каналів передачі інформації» [3, с. 68].

Не менш важливою є інтерактивність, яка забезпечує миттєву реакцію користувачів у вигляді коментарів, вподобайок чи репостів. Як зазначають І. Дудко та Н. Зайцева, «інтерактивність інтернет-дискурсу зумовлює його діалогічність, адже користувачі не лише сприймають інформацію, а й активно реагують на неї у вигляді коментарів, повідомлень чи репостів» [3, с. 69]. Подібну думку висловлює й М. Малишева, підкреслюючи, що «інтерактивність визначається тим, що учасники комунікації можуть одразу реагувати на висловлювання співрозмовника, створюючи ефект діалогічності» [24, с. 17). У результаті така комунікація набуває виразного діалогічного характеру та сприяє формуванню віртуальних спільнот за інтересами.

Ще однією визначальною ознакою інтернет-комунікації є фрагментарність: повідомлення часто короткі, складаються з мінімальних реплік, що не завжди відповідають граматичним нормам. Це пояснюється

орієнтацією на швидкість і зручність спілкування. Як зауважують дослідники, «фрагментарність повідомлень в онлайн-середовищі пояснюється прагненням до швидкості комунікації та економії мовних засобів» [3, с. 70]. Важливим чинником також є анонімність або псевдонімність, яка знижує рівень формальності та стимулює використання сленгу й жаргону. «Анонімність інтернет-комунікації створює простір для більшої свободи самовираження, але водночас підвищує ризик девіацій мовленнєвої поведінки» [3, с. 71]. Цю думку продовжує М. Малишева, наголошуючи: «Анонімність учасників комунікації є однією з визначальних рис мережевого дискурсу, що впливає на рівень відповідальності за висловлювання» [24, с. 19].

Крім цього, не можна оминати увагою ще одну важливу характеристику аналізованого дискурсу – динамічність. Інтернет-комунікація змінюється разом із розвитком технологій і суспільних практик. Як слушно зауважує дослідниця, «особливістю мережевого дискурсу є його динамічність, оскільки він постійно змінюється залежно від технічних можливостей і соціальних запитів» [24, с. 14].

Ще одна визначальна риса інтернет-дискурсу – гібридність, що виявляється в поєднанні рис усної та писемної комунікації. На думку М. Малишевої, «мережевий дискурс має ознаки як письмової, так і усної комунікації, утворюючи специфічний гібридний формат» [24, с. 15]. Саме ця риса забезпечує мережевому спілкуванню унікальність і гнучкість, роблячи його близьким як до традиційних текстових жанрів, так і до живої розмовної практики.

Не менш важливою характеристикою є відкритість мережевого дискурсу. У віртуальному середовищі будь-який користувач має змогу долучитися до комунікативного процесу незалежно від часу та простору. Як підкреслює дослідниця, «мережевий дискурс має відкритий характер, адже будь-який користувач може долучитися до комунікативного процесу незалежно від просторово-часових меж» [24, с. 20].

Нарешті, аналізуючи функціональний потенціал інтернет-дискурсу, варто зазначити, що вона виходить далеко за межі суто інформаційного обміну. «Його основна функція полягає у забезпеченні глобального інформаційного обміну та формуванні нових соціальних практик у віртуальному середовищі» [24, с. 21]. Саме тому інтернет-дискурс можна вважати не лише технічним, а й соціокультурним феноменом, що активно впливає на сучасні моделі комунікації.

Класифікація інтернет-дискурсу здійснюється за кількома параметрами. За часом комунікації розрізняють синхронну (чати, стріми) та асинхронну (форуми, блоги, електронна пошта) взаємодію. Перша наближає спілкування до усної розмови, друга – до письмової практики. За функцією виділяють інформаційний, розважальний, комерційний та освітній дискурси. Жанрова різноманітність охоплює меми, пости, коментарі, сторіс, подкасти, кожен із яких має власні стилістичні та структурні особливості. У цьому контексті слушним є спостереження, що «жанрова різноманітність інтернет-комунікації включає форуми, блоги, соціальні мережі, чати, що відрізняються специфічними мовними та структурними ознаками» [3, с. 73].

Таким чином, інтернет-комунікація постає як складне й багатовимірне явище, що не лише трансформує усталені мовні норми, а й створює нові формати соціальної взаємодії. «Інтернет-дискурс має відкритий та динамічний характер, адже постійно оновлюється під впливом соціальних і технологічних змін» [3, с. 72]. Н. Кравець підкреслює: «інтернет-дискурс є відкритою системою, що постійно оновлюється під впливом технологічних змін і соціальних практик» [19, с. 45]. Це означає, що його структура динамічна й адаптивна, реагує на появу нових платформ і форматів комунікації.

Соціальний потенціал інтернету підкреслює й О. Антіпова, яка вважає, що його ключова функція полягає у формуванні нових моделей комунікативної поведінки. За її словами, сучасна мережа створює простір, де «панують горизонтальні зв'язки і відсутні територіальні, ієрархічні та часові межі» [8, с. 56]. Це розширює можливості міжособистісного спілкування, але водночас змінює параметри «внутрішньої людини», адже «інтернет вносить корективи в

саму екзистенційну сутність людини, її свідомість, мислення, світоглядні орієнтири, відчуття реальності» [8, с. 56].

У науковій літературі існують різні підходи до оцінки соціального ефекту інтернет-комунікації. М. Кастельс убачає в ній одночасно можливість формування нових віртуальних спільнот і загрозу соціальній ізоляції: «нові вибіркові моделі соціальних стосунків заміняють форми взаємодії людей, які прив'язані до певної території», але водночас інтенсивне використання онлайн-комунікації може «вести до руйнування соціального спілкування» [16, с. 116].

Іншу точку зору пропонує Г. Мак-Люен, який наголошує на тенденції до спрощення комунікаційних процесів: електронні технології, на його думку, повертають суспільство до первісного стану, коли людина знову користується природним аудіовізуальним багатовимірним сприйняттям світу [22]. Подібну позицію підтримує й О. Антіпова, зазначаючи, що поліфункціональність мережі забезпечує відкритість і доступність інформаційних контактів [8, с. 57].

Узагальнюючи, слід зазначити, що інтернет-комунікація водночас спрощує й ускладнює соціальну взаємодію. Вона долає часово-просторові бар'єри та пропонує нові інструменти для вираження емоцій, але позбавляє живого контакту, висуваючи до учасників вимогу дотримання специфічних «неписаних» правил цифрового етикету. «Розвиток інтернет-дискурсу демонструє тенденцію до формування нових правил цифрового етикету, що регулюють комунікативні практики користувачів» (3, с. 76). Це суперечливе поєднання й визначає його унікальний статус у сучасному комунікативному середовищі.

1.2. Лінгвокультурний підхід до аналізу сучасної комунікації

Лінгвокультурний підхід передбачає аналіз мови як носія культурних смислів, цінностей, норм і стереотипів. У контексті інтернет-комунікації цей підхід дозволяє виявити, як цифрове середовище трансформує мовну картину світу, змінює комунікативні стратегії та породжує нові культурні коди.

Як зазначає О. Коваль, «лінгвокультурологія досліджує взаємозв'язок між мовою і культурою, виявляючи специфіку національного мовного світогляду»

[17, с. 17]. В інтернеті цей світогляд стає гібридним, оскільки користувачі взаємодіють у багатомовному та мультикультурному середовищі.

Уточнюючи зміст базових понять, С. Бирик і Л. Черпаха акцентують на ролі концептуальних одиниць: «Отже, лінгвокультурний концепт – це умовна ментальна одиниця, одиниця мовомислення, що використовується у комплексному вивченні мови, свідомості та культури» [10, с. 394]. Це визначення дає підстави розглядати інтернет як простір актуалізації нових концептів, що виникають унаслідок взаємодії різних культурних і мовних практик.

Водночас, поряд із концептом, важливим аналітичним інструментом є поняття лінгвокультуреми. «Інша одиниця лінгвокультурології – лінгвокультурема. Це знак, що містить етнокультурну інформацію, і не є одиницею мовної системи, а лише базовим терміном лінгвокультурології, що служить на позначення одиниці вербалізації культурного змісту» [10, с. 394]. Для цифрової комунікації це особливо актуально, адже меми, хештеги чи емодзі можна тлумачити саме як сучасні лінгвокультуреми, що концентрують у собі символічні значення й передають культурний контекст у стислому й доступному вигляді.

Цифрова комунікація сприяє формуванню нових лінгвокультурних феноменів, що відображають трансформацію мовної поведінки в умовах глобалізованого інформаційного простору. Одним із ключових процесів є глобалізація мовних кодів, яка проявляється в домінуванні англійської мови як *lingua franca* в онлайн-середовищі. Це зумовлює активне використання англійських слів, виразів, скорочень і мемів у комунікації представників різних мовних спільнот, що, своєю чергою, впливає на структуру національних мов і сприяє утворенню гібридних мовних форм. Паралельно з цим відбувається процес локалізації мемів, коли глобальні культурні символи адаптуються до національного контексту, набуваючи нових значень і функцій. Мем як одиниця цифрової культури стає інструментом вираження локальної ідентичності, соціальної критики або гумору, що базується на спільному культурному досвіді.

Ще одним важливим феноменом є формування цифрової ідентичності, яка реалізується через мовний образ особистості в мережі. Аватар, нікнейм, стиль повідомлень, вибір лексики та графічних елементів – усе це є складниками індивідуального мовного портрету, що відображає не лише комунікативні уподобання, а й соціальні, культурні та психологічні характеристики користувача. У цьому контексті важливим є врахування того, як індивідуальні мовні прояви співвідносяться із загальними суспільними тенденціями. Недарма підкреслюється, що «дослідження реальних відгуків глядачів сприяє вдосконаленню таких методик, що в подальшому може бути використано для більш точного аналізу суспільних настроїв» [12, с. 223]. Отже, аналіз цифрової ідентичності користувачів стає інструментом не лише для вивчення індивідуальних особливостей, але й для розуміння ширших соціокультурних процесів.

У статті «Лінгвістичні особливості сучасної інтернет-комунікації» підкреслюється, що «інтернет-комунікація є простором взаємодії різних лінгвокультур, де відбувається не лише обмін інформацією, а й трансляція культурних кодів» [35, с. 28]. Це підтверджує актуальність лінгвокультурного аналізу для розуміння цифрової мовної поведінки.

1.3. Особливості мовної поведінки в інтернеті: сленг, емодзі, меми, нові жанри

Мовна поведінка в інтернеті характеризується високим ступенем креативності, експресивності та адаптивності. Користувачі активно використовують сленг, емодзі, меми, а також нові жанри комунікації – чати, блоги, стріми, соціальні мережі. У цьому контексті слушною є думка, що «віртуальна комунікація – це унікальне лінгвокультурологічне явище, що дає можливість оцінити мову індивіда, що в свою чергу відображає культурні зміни у соціумі, в житті окремої людини та виявляє його життєві орієнтири» [11, с. 23].

Сленг у цифровому середовищі виконує функцію маркування групової належності. Як зазначає Т. Циганок, «інтернет-сленг є засобом ідентифікації

користувача в межах певної онлайн-спільноти» [40, с. 19]. Він включає скорочення (*лулз, імхо*), аббревіатури (*OMG, BRB*), транслітерації (*привет, спасіба*).

«За таких умов... вводяться спеціальні знаки – замітники міміки та жестів, що супроводжують розмовне мовлення. Замітники мімічних знаків у сучасній інтернет-комунікації є досить розгалуженою системою: вербальна інформація доповнюється графікою та анімацією...» [7, с. 19]. Саме тому емодзі стали важливим інструментом невербальної експресії. Вони виконують функцію інтонаційних маркерів, культурних символів і дозволяють передавати відтінки емоцій, які втрачаються в письмовому тексті. Як зазначає О. Ткаченко, «емодзі стали новим видом паралінгвістичних засобів, що передають невербальні сигнали в текстовій комунікації» [35, с. 31].

Меми – це одиниці культурної інформації, що поширюються у вигляді зображень, текстів чи відео. Вони мають іронічний, сатиричний або критичний характер і слугують ефективним інструментом соціальної оцінки. На думку Н. Кравець, «мем є формою соціального коментаря, що поєднує візуальний і вербальний компоненти» [19, с. 48]. Саме поєднання культурних кодів робить меми надзвичайно дієвими в цифровій комунікації.

Нові жанри інтернет-комунікації, такі як чати, блоги, стріми та соціальні мережі, формують унікальні мовні практики, відмінні від традиційних форм дискурсу. Чати як форма синхронного спілкування тяжіють до усності, але зберігають ознаки писемності; блоги поєднують елементи публіцистики та особистого щоденника; стріми вирізняються спонтанністю та емоційністю, а соціальні мережі – фрагментарністю та алгоритмізацією контенту. Як слушно зазначає М. Малишева, «мережевий дискурс виступає простором формування нових жанрів – блогів, форумів, чатів, соціальних мереж, які поєднують у собі різні канали комунікації» [24, с. 18]. Таким чином, кожен жанр створює власну мовну екосистему, що відображає специфіку цифрового середовища.

Трансформація жанрових характеристик природної мови в цифрову епоху є закономірною. Услід за О. Антіповою можна стверджувати, що «кожній епосі

задають тон певні жанри» [8, с. 67]. До інноваційних жанрів сучасності належать інтернет-конференції, електронна пошта, форуми, комп'ютерні ігри та навіть рекламні банери. Їх поява зумовлена кількома факторами: по-перше, мережева комунікація знімає часові й просторові обмеження, що відкриває широкий спектр мовних засобів; по-друге, інформаційне перенасичення та швидкість обміну стимулюють жанрові експерименти; по-третє, новітні технології створюють нові канали передачі інформації, які визначають специфіку мовних жанрів.

Окремої уваги заслуговує еволюція епістолярного жанру. Як зауважує О. Антіпова, електронна пошта істотно змінює традиційні риси листування: у текстах з'являються елементи усного мовлення, експресивність і порушення логічності, скорочення й спрощення синтаксису. Дослідниця підкреслює, що «епістолярна культура письма, що усвідомлюється як долаття простору, стає цивілізацією електронного письма, що долає час» [8, с. 67]. Це свідчить про демократизацію жанру: електронні листи втрачають бюрократичність, зближуються з напівформальними жанрами, а етикетні формули стають менш суворими.

Разом із тим електронна переписка має амбівалентний характер. Вона прискорює передачу інформації, але іноді призводить до втрати глибини й змістовності. Побуває навіть думка, що надмірна «фетишизація» електронної пошти може зробити її «великим роз'єднувачем» людської спільноти. Попри дискусійність цієї оцінки, очевидно, що мовні зміни відображають адаптацію до нових комунікативних умов.

Отже, мовна поведінка в інтернеті охоплює як появу нових жанрів, так і трансформацію традиційних. Це підтверджує, що сучасний період є новим етапом у розвитку природної мови, де технічні й культурні процеси тісно переплетені з інформаційними потоками. Взаємодія соціальних груп у цифровому просторі забезпечує співіснування різних мовних пластів, що робить інтернет-дискурс особливо багатограним і перспективним для лінгвістичного аналізу.

1.4. Вплив інтернет-комунікації на сучасну українську мову: запозичення, неологізми, мовна економія, гібридизація кодів

Інтернет-комунікація активно впливає на розвиток сучасної української мови, зокрема через запозичення, утворення неологізмів, тенденцію до мовної економії та гібридизацію кодів.

Запозичення – це слова, що надходять з інших мов, переважно англійської: *блог, стрім, фейк, лайк, репост*. Як зазначає О. Коваль, «інтернет-комунікація сприяє активному проникненню англіцизмів у сучасну українську мову, особливо в молодіжному середовищі» [17, с. 17]. Ці запозичення часто не адаптуються фонетично чи граматично, що свідчить про зміну мовних норм у цифровому просторі. Наприклад, слова типу *лайкнути, зашеймити, забанити* є прикладами гібридних форм, що поєднують англійську основу з українськими афіксами.

У добу стрімкого розвитку цифрових технологій мова зазнає глибоких трансформацій, найпомітнішою з яких є поява нових слів – неологізмів. Неологізми – це не лише лексичні одиниці, що з'являються у відповідь на нові комунікативні потреби, а й показники глибших соціокультурних змін. Як зазначає Т. Циганок, «інтернет-комунікація є джерелом активного неологізмотворення, що охоплює як лексичний, так і семантичний рівні» [40, с. 21]. Цей процес є реакцією на необхідність адекватного мовного вираження нових понять, явищ і форм соціальної взаємодії, які виникають у цифровому середовищі.

За твердженням дослідників, лексична одиниця проходить кілька стадій так званої соціалізації (затвердження її в суспільстві) і лексикалізації (закріплення її в мові). Виникнувши в мовленні, неологізм поширюється, як правило, носіями, викладачами, шкільними педагогами, але найбільшим джерелом поширення є соціальні мережі. Саме вони, на відміну від традиційних медіа, надають користувачеві можливість бути не лише споживачем, але й творцем мовного контенту, що значно прискорює процеси лексичних інновацій. Тому дослідники говорять про так званий «неологічний бум», адже сучасний

соціомедійний простір характеризується особливою інтенсивністю неологічних процесів, пов'язаною з його демократичністю, інтерактивністю та глобальним характером [44, с. 279].

Особливо інтенсивно нові лексеми утворюються шляхом адаптації англomовних термінів, що проникли до українського мовного простору через онлайн-спілкування. Слова на кшталт *тролити*, *флудити*, *репостити* є результатом такої трансформації: вони не тільки зберігають зв'язок із джерельними мовами, а й набувають власного функціонального навантаження в українському мовному середовищі. Водночас, як слушно зауважує О. Антіпова, «такі обставини не можуть не позначитися на трансформації жанрових характеристик природної мови. Яскравими прикладами інноваційних жанрів, що характеризують нашу епоху, можуть бути інтернет-конференція, електронна пошта, чат, форум, комп'ютерні ігри, рекламні банери та ін.» [7, с. 20]. Отже, поряд із появою нових слів змінюються і форми мовної взаємодії, що свідчить про системний характер цифрових трансформацій у мовній практиці.

Неологізми слугують важливим індикатором змін не лише в мові, а й у суспільстві загалом. Як підкреслюють Ю. Шліхтенко, Я. Завальнюк та Ю. Громова, «неологізація є важливим індикатором змін у мовній системі та суспільстві в цілому, свідчаючи про активну адаптацію мови до нових реалій» [45, с. 83]. Така адаптація є складним процесом, зумовленим не лише зовнішніми впливами, зокрема глобалізацією чи розвитком інформаційних технологій, але й внутрішніми мовними тенденціями. Зростання кількості неологізмів, як зазначають ті самі автори, пояснюється також «прагненням до економії вираження, бажанням надати емоційно-експресивні оцінки, а також досягненням стилістичної виразності» [45, с. 85]. Це свідчить про динаміку сучасної мови, в якій функціональні, експресивні та естетичні параметри взаємодіють на рівні формування нових лексичних одиниць.

У контексті української мови особливу роль відіграють англomовні запозичення, які, окрім свого номінативного значення, несуть у собі маркери культурних змін. Такі слова, як *крінж*, *мейт*, *форсинг*, ілюструють не лише

вплив англійської мови, а й прагнення мовної спільноти до адекватного відображення нових соціокультурних реалій. Як зазначають В. Орищук і В. Калініченко, «терміни, запозичені з англійської, не лише збагачують лексичний запас української мови, але й відображають нові соціокультурні явища, що з'явилися під впливом глобалізації та розвитку цифрових комунікацій» [29, с. 171]. Таким чином, мовна інтерференція сприяє не лише лексичному збагаченню, а й переосмисленню смислових горизонтів мови.

У ширшому – зокрема англомовному – контексті панівним способом творення неологізмів є телескопія. Це явище, що передбачає поєднання частин кількох слів в одне нове, демонструє креативний потенціал мови у відповідь на новітні виклики. «У сучасному англомовному медіапросторі неологізми займають важливе місце, причому найбільшу частку складають лексеми, утворені шляхом телескопії. Такий процес словотворення дозволяє створювати нові слова шляхом поєднання частин уже існуючих термінів, що в свою чергу відображає швидкий розвиток технологій та зміну культурних практик» [29, с. 171]. Подібні тенденції дедалі частіше спостерігаються і в українській мові, особливо серед молоді та в середовищі нових медіа, де експерименти зі словотвором стали звичним явищем.

Отже, неологізми не є лише модною лексичною новизною – вони є засобом відображення глибинних змін у способах мислення, комунікації та ідентичності сучасної людини. Їхня поява й функціонування тісно пов'язані з трансформаціями цифрового середовища, культурного контексту та внутрішньомовної еволюції.

Мовна економія – ще одна важлива риса інтернет-комунікації. Вона проявляється в скороченні слів, використанні аббревіатур, емодзі, а також у спрощенні синтаксичних конструкцій. Як зазначено в дослідженні, «економія мовних засобів у цифровому дискурсі є наслідком прагнення до швидкості, зручності та емоційної виразності» [35, с. 33]. Наприклад, замість повного речення «Мені це дуже подобається» користувач може написати «👍» або *топ*. На основі спостережень за мовним матеріалом в інтернет-просторі О. Антіпова

слушно узагальнює: «Епістолярна культура письма, що усвідомлюється як долаття простору, стає цивілізацією електронного письма, що долає час... Спостерігається порушення норм пунктуації, нестандартне звернення до адресата, а часто – взагалі його відсутність. Те ж саме можна сказати і про орфографію: довгі слова все частіше замінюються скороченими аналогами з упуцненнями... Спілкування в режимі online спонукає скорочувати й складні синтаксичні структури» [7, с. 23].

Гібридизація кодів – це поєднання елементів різних мов у межах одного повідомлення. Це явище особливо поширене серед білінгвів та молоді, яка активно використовує англійські слова в українських текстах. Як зазначає Н. Кравець, «гібридизація мовних кодів у цифровому середовищі є проявом нової мовної норми, що формується під впливом глобалізації та технологій» [19, с. 50]. Наприклад, фраза *«Я зашарив цей пост, бо він реально relatable»* поєднує українську граматику з англійською лексикою. О. Антіпова зауважує: «Помітно зростає роль полікодових, тобто семіотично неоднорідних, текстів у сучасній комунікації. Адже фрагментарність, ігрова реальність, поверхневе ковзання в тексті... свідчить про полідискурсивність віртуальної спільноти, що... призводить до переплетення жанрів і стилів природної мови» [7, с. 19].

Ці процеси мають як позитивні, так і суперечливі наслідки для розвитку української мови. З одного боку, вони свідчать про її адаптивність, відкритість до змін, здатність до інновацій. З іншого – виникає загроза втрати мовної ідентичності, зниження рівня володіння літературною нормою, особливо серед молоді.

У підсумку, інтернет-комунікація є потужним чинником мовної еволюції, що змінює не лише лексичний склад української мови, а й її функціональні, стилістичні та культурні параметри. Як слушно підсумовує Т. Циганок: «цифрове мовлення – це не просто новий канал комунікації, а новий тип мовної реальності, що формує нову мовну свідомість» [40, с. 24].

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЛІНГВОКУЛЬТУРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ СУЧАСНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ

2.1. Лексичні та стилістичні інновації в українському сегменті соціальних мереж (Facebook, Instagram, TikTok)

Однією з найпомітніших тенденцій сучасного інтернет-дискурсу є поява великої кількості лексичних інновацій, що виникають унаслідок запозичення, адаптації, деривації та мовної гри. Як зазначають сучасні дослідники, «інтернет-комунікація стимулює появу нових слів, які часто мають ситуативний характер і функціонують у межах певного цифрового контексту» [29]. Ця теза підтверджується аналізом контенту українських користувачів, де активно використовуються неологізми, сленг, а також гібридні мовні форми. У TikTok поширені слова *заліт* (відео, що швидко набирає перегляди), *трендити* (бути в тренді, активно поширюватися), *рілсити* (створювати короткі відео у форматі Reels), *флексити* (демонструвати щось показово, хизуватися), *челленджити* (брати участь у викликах або завданнях, що швидко набирають популярності), *лайкати* (висловлювати схвалення за допомогою кнопки «Like»), *фолловити* (підписуватись на акаунт користувача в соціальних мережах), *затизжити* (відкласти щось на пізніше, постійно відкладати). Ці лексеми є результатом дериваційних процесів, де англomовна основа адаптується до українських морфологічних норм. Водночас вони набувають стилістичного забарвлення, що сигналізує про належність мовця до певної цифрової субкультури.

У Facebook, який орієнтований на текстовий контент, спостерігається тенденція до публіцистичного стилю з елементами емоційної експресії. Користувачі активно використовують слова на кшталт *зрада*, *перемога*, *треш*, *жесть*, *краш*, *респект*, *палити*, *токсичний*, *хайпити*, *блокувати*, які мають яскраве емоційне навантаження. Як зазначає О. Винарієва, «мова українських блогерів в Instagram демонструє тенденцію до емоційного забарвлення, активного використання слів-маркерів: “вау”, “треш”, “кайф”, “жесть”» [13,

с. 20]. Такі лексеми не лише передають емоції, а й формують стильову індивідуальність мовця, що є ключовим у форматі соціальних мереж.

Особливу увагу варто звернути на графічні засоби, які набули статусу лексичних маркерів. Емодзі, хештеги, аббревіатури на кшталт *Омг*, *лол*, *імхо*, *XD*, *<3*, *BRB* часто використовуються як самостійні мовні одиниці. Вони виконують функцію експресивного підсилення, а також семантичного скорочення, що відповідає вимогам швидкої комунікації. У працях сучасних мовознавців підкреслюється, що «візуальні елементи, такі як емодзі, стають частиною мовної системи, виконуючи роль інтонаційних та емоційних маркерів» [20, с. 41].

Важливим джерелом лексичних інновацій є мемна культура, яка продукує нові слова та фразеологізми, що швидко поширюються в мережі. Наприклад, вирази *це фіаско*, *братан*, *я в шоці*, *це рофл*, *шо по кайфу?*, *це законно взагалі?*, *летить бледіна*, *та не очкуй*, *я за кетчупом*, які спочатку функціонували як ситуативні жарти, згодом стали частиною повсякденного мовлення. Мемна лексика часто має іронічне або сатиричне забарвлення, що дозволяє користувачам дистанціюватися від реальності або висловити критику в завуальованій формі.

У соціальних мережах поширені аббревіації як один із найпродуктивніших засобів мовної економії. Зокрема, *імхо*, *лс*, *директ*, *ржунемогу*, *лол* та *ахаха* функціонують як скорочені форми, зрозумілі для широкого кола користувачів. Аббревіації на кшталт *ЗНО*, *НМТ*, *НП* (Нова пошта) чи *ПТН* *ПНХ* виконують не тільки функцію економії мовлення, а й роль культурних маркерів, пов'язаних із політичним і соціальним контекстом.

Не менш продуктивним явищем є усічення, яке сприяє створенню компактних форм слів. Типовими прикладами є *фото* (замість *фотографія*), *відос* (замість *відео*), *інста* (Instagram), *телега* (Telegram), *відосик* (зменшувальна форма). Такі лексеми створюють ефект невимушеності та наближають мовлення до розмовного стилю.

У сучасних цифрових комунікаціях активно поширюється телескопія, що полягає в поєднанні частин різних слів. В українських соцмережах зафіксовано новотвори *інфострічка* (інформаційна стрічка новин), *зумити* (провести зустріч у Zoom), *фотожаба* (фото + жарт), *відос-реакція* (коротке відео-відповідь). Такі інновації мають виразний ігровий характер і слугують засобом мовної креативності.

Особливу роль відіграє сленг, який виконує функцію групового маркування. Він допомагає позначити належність до певної спільноти, створює атмосферу близькості й невимушеності. Популярними сленгізмами є *запеквар*, *топчик*, *зрада/перемога*, *краш*, *крінж*, *рофл*, *шипирити*. Їхнє поширення тісно пов'язане з культурою мемів, діяльністю блогерів та інфлюенсерів, які виконують роль мовних трендсетерів.

Неологізми становлять окрему категорію лексичних інновацій. Їхня поява зумовлена соціальними реаліями останніх років, зокрема пандемією та війною. Так, у мовленні користувачів поширені дієслова *карантинити*, *локдаунити*, *трекати*, *донатити*, *байрактарити*, а також вислів *паляниця-чек*, що позначає перевірку мовної ідентичності. Такі неологізми є маркерами часу й відображають культурний і політичний контекст.

У соціальних мережах поширені стилістичні прийоми, що підсилюють експресивність мовлення. Риторичні питання, наприклад *Ну що, знову зрада?*, градація у висловах на кшталт *Це було швидко, дуже швидко, надто швидко*, а також метафори типу *Мемі – це новітня народна творчість* є яскравими прикладами того, як стилістичні засоби інтегруються в цифрову комунікацію. Як зазначають Т. Левченко, Т. Чубань і Т. Шинкар, «інноваційна лексика часто має яскраво виражене стилістичне забарвлення, що дозволяє ЗМІ формувати власний мовний імідж» [20, с. 49].

У процесі функціонування нових слів спостерігається також поява граматичних моделей, адаптованих до умов цифрового середовища. Це, зокрема, транслітерація, поєднання кирилиці й латиниці, використання англійських слів у морфологічно пристосованій формі: *лайкати*, *шерити*,

постити, сторити. Подібні утворення засвідчують гнучкість української мови й її здатність інтегрувати іншомовні елементи без втрати ідентичності.

Значну роль у процесах мовної інновації відіграють соціальні дискурси, пов'язані з гендерною рівністю, феміністичними рухами та активізмом. У комунікації все частіше фіксуються лексеми *бодипозитив, сестринство, фемінізм, ейджизм*, що мають ідеологічне забарвлення й функціонують у поєднанні з візуальними символами та хештегами.

Усе це свідчить про те, що соціальні мережі є не лише платформами для комунікації, а й простором мовної творчості, де формуються нові норми, стилі та мовні ідентичності. Як зазначає Н. Кравець, «інтернет-комунікація є відкритою системою, яка постійно оновлюється, реагуючи на соціальні, культурні та технологічні зміни» [19, с. 44]. Це означає, що лексичні та стилістичні інновації в українському сегменті соціальних мереж мають динамічний і контекстуальний характер, що потребує постійного лінгвістичного моніторингу. Аналіз цих явищ дозволяє не лише простежити нові мовні тенденції, а й виявити глибші процеси трансформації мовної свідомості в умовах цифрової культури. Українська мова в цьому контексті демонструє високий адаптивний потенціал, здатність до оновлення та збереження функціональної гнучкості.

Стилістичні інновації в українському сегменті соціальних мереж також мають виразну динаміку. У дописах користувачів спостерігається тенденція до емоційного насичення, використання експресивної лексики, емодзі та візуальних маркерів як складників стилістичного оформлення. У дослідженні науковців кафедри філології ЛНУ ім. Івана Франка підкреслюється, що «мова українських блогерів в Instagram демонструє тенденцію до емоційного забарвлення, активного використання слів-маркерів: «вау», «кайф», «жесть»» (13, с. 20). Такі стилістичні засоби сприяють створенню ефекту близькості між автором і аудиторією, що є ключовим у форматі соціальних мереж.

Цей стильовий зсув у бік емоційності та індивідуалізації мови не є випадковим – він відображає загальну тенденцію до формування унікального

мовного образу в цифровому просторі. Як зазначають Т. Левченко, Т. Чубань і Т. Шинкар, «інноваційна лексика часто має яскраво виражене стилістичне забарвлення, що дозволяє ЗМІ формувати власний мовний імідж» [20, с. 49]. У контексті соціальних мереж це твердження набуває особливої актуальності, адже саме стилістичне забарвлення контенту – через мову, візуальні елементи та емоційні акценти – стає інструментом самовираження та засобом залучення аудиторії. Таким чином, стилістичні інновації в соцмережах не лише відображають мовні зміни, а й активно формують нові норми цифрової комунікації.

Окрему увагу варто приділити синтаксичним особливостям повідомлень у Facebook, Instagram і TikTok. Замість повних речень користувачі часто вдаються до коротких фраз, вигуків, хештегів та емодзі. Це створює нову форму тексту – гібридну між письмовим і візуальним повідомленням. Як зазначено у звіті Центру контент-аналізу, «сучасна людина не уявляє себе без Інтернету, дедалі більша частина її життя є віртуальною. У зв'язку з цим важливими стають способи та засоби передачі думок» [39]. Така трансформація синтаксису свідчить про адаптацію мовних структур до вимог цифрового середовища, де швидкість і лаконічність мають пріоритет над формальною правильністю.

У межах стилістичних інновацій варто також звернути увагу на графічне оформлення контенту. У дописах Instagram і TikTok активно використовуються візуальні елементи, які виконують не лише естетичну, а й комунікативну функцію. Як зазначає О. Винарієва, «візуальні маркери в соціальних мережах набувають статусу повноцінних мовних одиниць, що беруть участь у побудові значення» [13, с. 14].

Лексичні інновації також проявляються в зміні частотності вживання певних слів. У дослідженні Центру контент-аналізу було проаналізовано понад 866 тисяч дописів, що містили пари лексем з різними коренями: «*крок – шаг*», «*червень – июнь*», «*цукор – сахар*» тощо. Результати показали, що «частка постів, написаних у соцмережах державною мовою, й надалі відчутно поступається за кількістю російськомовним дописам», однак динаміка свідчить

про поступове зміщення балансу [39]. Це свідчить про те, що лексичні інновації не лише відображають мовну креативність користувачів, а й є індикатором соціолінгвістичних процесів, пов'язаних із мовною ідентичністю.

У контексті Instagram спостерігається цікава тенденція до використання української мови в комерційних акаунтах. За даними дослідження *Suspilne Culture*, «понад 90% дописів в Instagram пишуть українською мовою» [34]. Це свідчить про те, що українська мова стала не лише засобом особистої комунікації, а й інструментом брендингу та маркетингу. Водночас, у таких акаунтах часто використовуються англійські терміни, що адаптуються до української граматики, наприклад: *дроп*, *лук*, *сторі*, *лайв*. Це створює новий пласт лексики, який поєднує елементи глобальної цифрової культури з локальними мовними нормами.

Загалом, лексичні та стилістичні інновації в українському сегменті соціальних мереж є багатовимірним явищем, що охоплює процеси деривації, адаптації, емоційної експресії та графічної комунікації. Вони свідчать про активне формування нової мовної реальності, в якій українська мова не лише зберігає свою функціональність, а й розширює межі творчого використання. Як зазначає О. Винарієва, «Інтернет-простір є середовищем, у якому мова не просто функціонує, а постійно оновлюється, реагуючи на виклики часу» [13, с. 26].

Ці процеси не варто розглядати ізольовано, адже вони тісно пов'язані з соціальними, культурними та технологічними змінами, що відбуваються в українському суспільстві. Лексичні та стилістичні інновації є не лише проявом мовної еволюції, а й індикатором глибших трансформацій у способах мислення, комунікації та самоідентифікації користувачів цифрового середовища.

2.2. Лінгвокультурні маркери ідентичності у віртуальному просторі (українські меми, жарти, слогани, акроніми, хештеги)

Віртуальний простір є середовищем, де мовна культура активізується як засіб ідентичності, ідентифікації «свій–чужий» та конструювання культурної

спільноти. Меми, жарти, слогани, акроніми й хештеги в українському інтернет-дискурсі останніх років служать не просто розважальними елементами, а маркерами культурної пам'яті, національного спротиву, соціальної солідарності й мовної належності. Дослідження показують, що меми в умовах війни стають «мем-шиболетами», які виокремлюють тих, хто розуміє специфіку українського досвіду й відрізняє «свого» від «чужого» через мовні коди [41; 15].

В одному з підходів наголошується, що інтернет-мем є психологічним та семіотичним ресурсом, який «виникає і поширюється в умовах стресових задач», виконуючи соціально-психологічну функцію: він певною мірою підсилює мовну самосвідомість, дозволяє спільнотам говорити про спільне, ідентифікувати себе, витримувати кризу [15, с. 45]. У таких мемах часто вживають жарти, акроніми чи неологізми, які стають кодовими для тих, хто перебуває в спільному інформаційному полі. Вони виконують роль шиболетів – лексичних маркерів, що сигналізують про належність до певної соціальної або ідеологічної групи.

Наприклад, *не свої* може вживатися як маркер належності до тих, хто підтримує українську державність або українську мову, а *дякую, що не латиницею* – як реакція на змішування кирилиці й латиниці, що сприймається як порушення мовної норми. Ці вислови не лише передають зміст, а й формують мовну позицію, демонструючи належність до спільноти, яка цінує українську мову як елемент національної ідентичності.

До таких мемів-шиболетів належать також вислови, що стали знаковими в українському сегменті соціальних мереж. Наприклад, *Слава Україні – Героям слава* – це формула, яка давно вийшла за межі офіційного вжитку й стала маркером патріотичної позиції. Її використання в коментарях, підписах чи реакціях на події сигналізує про підтримку української державності та солідарність з національною спільнотою.

Іншим прикладом є слово *паляниця*, яке стало своєрідним «тестом» на мовну приналежність, особливо в контексті виявлення російськомовних або

іноземних осіб. Його вживання в мемах, жартівливих дописах або як реакція на мовні помилки виконує функцію шиболета – маркера «свій/чужий».

Вислів *дякую, що не російською* часто використовується як реакція на коментарі, дописи або контент, створений українською мовою. Він виконує функцію позитивного підкріплення мовної поведінки, водночас підкреслюючи важливість мовного вибору як елементу ідентичності.

Фраза *це не просто мова – це зброя* активно поширюється в контексті інформаційної війни, підкреслюючи роль української мови як інструменту спротиву. Її використання в соцмережах є не лише декларативним, а й мобілізаційним – вона об'єднує навколо ідеї мовного фронту, де мова стає засобом захисту культурної території.

Вислів *українізуйся – це тренд* поєднує мовну ідентичність із культурною модою. Його вживання в Instagram, TikTok або Facebook супроводжується хештегами, візуальними елементами та контентом, що популяризує українську мову як сучасну, стильну й престижну.

Усі ці приклади демонструють, як лексеми, фразеологізми та меми в соціальних мережах набувають функції шиболетів – вони не просто передають зміст, а й сигналізують про соціальну, культурну та ідеологічну позицію мовця. Такі мовні одиниці стають інструментами самоідентифікації, групової солідарності та інформаційного спротиву, що особливо актуально в умовах гібридних викликів і цифрової комунікації. Вони формують нову мовну норму, в якій емоційність, іронія, культурна позиція та громадянська активність переплітаються, створюючи унікальний стиль українського інтернет-дискурсу.

Акроніми та хештеги в сучасному українському інтернет-дискурсі не лише виконують функцію навігації чи тематичного групування контенту, а й набувають статусу лексичних маркерів ідентичності, що сигналізують про цінності, позицію та належність до певної спільноти. Їхнє використання часто має експресивне, мобілізаційне та символічне навантаження, особливо в умовах соціальної напруги, війни чи культурних трансформацій.

Наприклад, *#будьмо_разом* став одним із найпоширеніших хештегів, що позначає єдність, солідарність і підтримку в часи агресії. Він використовується не лише в текстах, а й на зображеннях, у відео, в коментарях – як знак мовної та громадянської консолідації. Подібно до нього, акронім *ЗСУ* перетворився з нейтрального позначення інституції на меметичний символ патріотизму, що часто супроводжується емоційними епітетами (*наші, герої, незламні*) або дериваційними формами, як-от *#волю_ЗСУ*, *#дякуємо_ЗСУ*, *#ЗСУ_тримайся*, які поєднують офіційність з емоційною підтримкою.

Інші приклади демонструють, як мовні одиниці трансформуються в шиболети, що позначають не просто тему, а ціннісну позицію. Наприклад, хештег *#мовний_фронт* активно використовується в контексті захисту української мови, особливо у відповідь на спроби її витіснення або знецінення. Його поява в дописах, мемах чи коментарях є сигналом участі в мовному спротиві, а також засобом самоідентифікації.

Акронім *ТРО* (територіальна оборона) також набув символічного статусу, особливо в поєднанні з хештегами типу *#своївТРО*, *#ТРОназахисті*, які не лише інформують, а й створюють образ спільноти, що діє, захищає, об'єднується. Такі мовні конструкції часто супроводжуються візуальними елементами – прапорами, емблемами, кольорами – що підсилюють їхню семіотичну функцію.

Хештег *#пишаюсь_українським* став популярним у контексті культурної промоції – він використовується для позначення українських брендів, митців, продуктів, і водночас виконує функцію позитивної ідентифікації. Його поява в дописах є не лише актом підтримки, а й декларацією цінностей, що протистоять імперським чи колоніальним наративам.

Цікавою є поява хештегу *#наші_переможуть*, який функціонує як мобілізаційний заклик, що поєднує емоційність із вірою в спільну мету. Його використання в мемах, відео, коментарях створює ефект згуртованості, де мова стає інструментом психологічної підтримки.

Акронім *АЗОВ* також набув меметичного статусу, особливо в поєднанні з хештегами *#Азов_сталь*, *#Азов_незламні*, які перетворюють назву військового

підрозділу на символ героїзму, стійкості та національної гідності. У цьому випадку мовна одиниця виконує функцію наративного ядра, навколо якого вибудовується колективна пам'ять і емоційна солідарність.

Хештег *#мова_важлива* часто використовується в освітньому, культурному та політичному контекстах. Його поява в дописах є аргументом у дискусіях, заявою про принципову позицію, а також інструментом просвітництва, що спрямований на формування мовної свідомості.

Усе це свідчить про те, що акроніми та хештеги в українському сегменті соціальних мереж перетворюються на маркери мовної, культурної та громадянської ідентичності. Вони не просто організовують інформацію – вони створюють смисли, об'єднують спільноти, мобілізують емоції та підтримують наративи, що є ключовими для сучасної цифрової комунікації.

Меми часто використовують фразеологічні ресурси та дуже характерні речення-вислови, які з часом набувають сталості й функціонують як частини спільнокультурного дискурсу. Стаття «Фразеологізація інтернет-мемів: семантичний та прагматичний аспекти» описує, що меми здатні перетворюватися із ситуативного жарту на фразеологізм, коли їхні шаблони повторюються в багатьох контекстах і набувають сталого значення [32, с. 75–78]. Наприклад, фраза *а ти – солодкий твітеріянин* або *зацініть, що земародери зробили* стає типовою формою вираження ставлення до політичних реалій або соціальної несправедливості.

Актуальні приклади, на які ми натрапили на сторінках соцмереж, демонструють, як меметичні вислови набувають фразеологічного статусу через повторюваність, впізнаваність і функціональну багатозначність. Наприклад, вислів *це все через НАТО* використовується в іронічному ключі як реакція на будь-які проблеми, що абсурдно приписуються зовнішнім чинникам. У соцмережах він став своєрідним шаблоном для висміювання конспірологічних наративів, і його вживання вже не потребує пояснень – він функціонує як готова формула.

Інший приклад – *паляниця не пробачає* – поєднує лінгвістичний тест на «свого» з елементом жарту, що водночас виконує функцію ідентифікації та культурного маркування. Його повторюване використання в мемах, коментарях і навіть на сувенірах свідчить про перехід до фразеологічного рівня, де значення виходить за межі буквального.

Фраза *а де ж обіцяне покращення?* стала типовою реакцією на невиконані обіцянки, особливо в політичному контексті. Вона використовується як саркастичний коментар до новин, рішень влади чи економічної ситуації. Її стабільна структура та емоційне забарвлення роблять її впізнаваною і функціональною – вона виконує роль оцінного вислову без потреби в додатковому контексті.

Вислів *тримайся, там люди* набув популярності як реакція на складні обставини в регіонах, що постраждали від війни. Його використання в мемах, постах підтримки та коментарях створює ефект емпатії та солідарності. З часом він перетворився на фразеологізм, що позначає не лише співчуття, а й моральну підтримку.

Фраза *все буде Україна* – приклад трансформації гасла в фразеологічну одиницю. Вона використовується як завершення дописів, коментарів, мемів і навіть офіційних звернень. Її функція – мобілізаційна, емоційна, ідентифікаційна. Вона не просто передає надію, а й виконує роль мовного цементу спільноти.

Ще один приклад – *пес Патрон знає, хто свій*, який виник як реакція на популярність службового собаки, але швидко перетворився на фразеологічний мем, що позначає довіру, перевірку на «свого» та водночас жартівливу ідентифікацію. Його використання в різних контекстах – від політичних до побутових – свідчить про його закріплення в мовному просторі.

Таким чином, фразеологізація мемів у соціальних мережах є не лише лінгвістичним явищем, а й соціокультурним процесом. Вислови, що виникають у ситуативному контексті, через повторення, емоційне навантаження та функціональну гнучкість набувають статусу фразеологізмів, які виконують роль

маркерів ідентичності, оцінки, солідарності та спротиву. Вони стають частиною колективної мовної пам'яті, формуючи новий пласт українського інтернет-дискурсу.

Жарти в українському інтернеті нерідко сполучають мовну гру й культурні алюзії. Користувачі звертаються до історичних фактів, українських реалій, побуту, локальних регіональних особливостей. Наприклад, *кошенята зі Шрека* як образ, що стало мемом під час Нацвідбору-2025, або *Дія знову лягла* як спосіб висміяти провал цифрової послуги – це не просто гумор, але й спосіб маркування: чи ти «уважний до наших проблем», чи просто споживач контенту.

Український інтернет-гумор вирізняється глибокою культурною вкоріненістю, де жарти часто поєднують мовну гру, іронію та алюзії на історичні, соціальні й побутові реалії. Такі меми не лише розважають, а й виконують функцію маркування – вони сигналізують, наскільки користувач «в темі», чи володіє спільним культурним кодом, чи здатен розпізнати контекст, що лежить поза межами буквального змісту.

Наприклад, фраза «*А що там у Херсоні?*» стала популярною після звільнення міста й використовується як жартівливе запитання, яке водночас містить алюзію на очікування добрих новин з фронту. Її вживання в коментарях чи мемах – це не просто цікавість, а спосіб висловити підтримку, надію, а іноді – саркастичне ставлення до інформаційної тиші.

Інший приклад – «*Поверніть Миколая!*», який виник після обговорень про зміну дати святкування Різдва. Мем швидко набув популярності як реакція на культурні трансформації, і став способом висловити емоційне ставлення до змін, водночас зберігаючи іронічний тон. Його використання демонструє, як побутова тема може стати маркером культурної позиції.

Фраза «*Це вам не борщ*» – ще один приклад, який використовується як жартівливе підсилення складності або серйозності ситуації. Вона апелює до побутового образу борщу як чогось звичного, простого, і водночас створює контраст із тим, що обговорюється. Такий вислів часто з'являється в політичних або економічних дискусіях, де потрібна легка іронія.

Мем *«Гречка по 100»* – алюзія на інфляцію та економічні труднощі, яка стала символом абсурдності цінової політики. Його вживання в соцмережах – це не просто жарт, а форма критики, що поєднує побутову реальність із економічним аналізом. Він також виконує функцію емоційного розрядника в умовах соціального напруження.

Фраза *«Поки ви там, ми тут»* – популярна в контексті волонтерських ініціатив, фронтової допомоги або громадянської активності. Вона використовується як спосіб підкреслити розподіл ролей у спільній справі, і водночас – як маркер солідарності. Її поява в мемах, постах чи коментарях створює ефект згуртованості, де кожен учасник – частина більшого процесу.

Мем *«Київ – це не Україна»* – приклад регіональної іронії, що висміює столичний центризм. Його використання часто супроводжується жартами про життя в регіонах, побутові труднощі або культурні відмінності. Такий вислів виконує функцію внутрішньої критики, але водночас – ідентифікації з локальним досвідом.

Фраза *«Пішов на Дію – повернувся без нервів»* – варіація на тему цифрових сервісів, яка висміює технічні збої, бюрократію та очікування від державних платформ. Вона поєднує побутову ситуацію з емоційною реакцією, і стає способом висловити розчарування в доступній, жартівливій формі.

Мем *«А в нас тут свій фронт – комунальний»* – реакція на побутові труднощі, що виникають у мирних регіонах. Його використання в соцмережах – це спосіб порівняння реалій тилу з фронтовими викликами, часто з елементом самоіронії. Такий вислів дозволяє говорити про складне через гумор, зберігаючи емоційний баланс.

Ці приклади демонструють, що український інтернет-гумор – це не просто розвага, а інструмент соціального аналізу, культурної самоідентифікації та емоційної регуляції. Меметичні вислови, що поєднують мовну гру, алюзії та побутові образи, формують новий пласт комунікації, де кожне слово – це не лише зміст, а й позиція, контекст і спільність.

Окремо варто зазначити роль транслітерації, змішування кирилиці та латиниці як маркерів культурної ідентичності або протесту. Ці елементи в українському інтернет-дискурсі виходять далеко за межі технічної зручності чи стилістичної гри – вони перетворюються на інструмент вираження культурної позиції, протесту або самоідентифікації. У багатьох випадках така мовна поведінка є реакцією на соціальні, політичні або технологічні виклики, і її використання набуває символічного значення.

Наприклад, фраза *Це латинка, б*ь* часто з'являється в коментарях як саркастичний або обурений відгук на спроби впровадження латинки в українське письмо або на надмірне використання латинських літер у цифровому середовищі. Вона сигналізує про мовну тривогу – страх втрати кириличної традиції, що для багатьох є частиною національної ідентичності.

Інший приклад – *Агов, люди, кидайте кирилицю!* – використовується як іронічний заклик, що висміює радикальні пропозиції щодо переходу на латинку. Його поява в дискусіях часто супроводжується мемами, гіфками або емодзі, що підсилюють емоційне забарвлення. Такий вислів виконує функцію культурного спротиву, де мова стає полем боротьби за автентичність.

Фраза *Ukrainian, not Russian*, написана латиницею, часто використовується в міжнародному контексті, особливо в англомовних соцмережах. Вона виконує ідентифікаційну функцію, де транслітерація стає засобом видимого дистанціювання від російської культури, навіть у візуальному оформленні тексту.

Поширеним є також використання латиниці для емоційного підсилення або візуального виділення окремих слів у кириличному тексті. Наприклад, *Це просто WOW, Я в SHOCK, HE розумію цей FLEX*. Такі вставки не лише демонструють мовну гнучкість, а й маркують належність до цифрової культури, де англіцизми – частина стилю.

Окрему категорію становлять гібридні форми, як-от *zrada*, *peremoha*, *kyivstar*, які використовуються в латинському написанні навіть у суто українському контексті. Вони часто з'являються в хештегах, брендуванні,

інтерфейсах додатків, і виконують функцію глобалізації українського контенту, водночас зберігаючи національну специфіку.

Цікаво, що транслітерація також використовується як засіб обходу цензури або алгоритмічного блокування. Наприклад, слово *блядь* часто пишуть як *blyad*, *бь* або *блдь**, щоб уникнути автоматичного видалення чи зниження охоплення. Це створює нову форму цифрової евфемізації, де латиниця виконує роль захисного коду.

У деяких випадках латиниця використовується для естетичного оформлення або іронічного дистанціювання. Наприклад, напис *Slava Ukraini* на футболках, банерах чи в описах профілів – це не просто транслітерація, а візуальний жест, що дозволяє звернутися до міжнародної аудиторії, зберігаючи патріотичний зміст.

Таким чином, транслітерація та змішування кирилиці з латиницею в українському інтернет-просторі – це не лише мовна гра, а механізм культурного маркування, протесту, адаптації та самоідентифікації. Вона дозволяє користувачам висловлювати ставлення до мови як до символу, а не просто інструменту, і водночас – створює нові форми комунікативної виразності в умовах цифрової культури.

Інтернет-медіадискурс, особливо мем-форма й слогани, має здатність формувати архетипи й символи, які закарбовуються у пам'яті користувачів. Згідно з дослідженням «Інтернет-мем як феномен сучасного медіадискурсу: стилістично-прагматичний аспект», меми політичного чи гуманітарного характеру порівнюють із знаками, здатними посилювати патріотичну налаштованість або соціальну згуртованість, а їхня стилістика завжди насичена емоційними маркерами [18, с. 12-15]. Слогани на кшталт *Разом до перемоги*, *Свобода або смерть* чи *Не дамо забути* набувають меметичної форми – вони стають цитатами, які вкладаються в зображення, відео чи аудіо й формують пам'ять спільноти.

Хештеги часто виконують функцію тезисної заяви або мобілізаційного маркера. У період повномасштабної війни збільшилась активність хештегів на

позначення національної солідарності чи протесту: #ЗСУ, #пам'ятаємо, #полонимо_волю, #Україна_єдина. Подібні одиниці не лише ідентифікують тему, але й дають змогу учасникам дискурсу приєднуватися до символічного чи емоційного простору.

Таким чином, лінгвокультурні маркери ідентичності, які функціонують у віртуальному просторі України, охоплюють меми, жарти, слогани, акроніми й хештеги. Вони є своєрідним засобом самовираження ідентичності, єднання, мовного самозахисту й культурної пам'яті. Ці маркери не тільки репрезентують поточні події, але й формують символічний простір, який визначає, хто ми є як спільнота, до якої належимо, і як ми розуміємо свою історію, цінності й мову.

2.3. Динаміка мовних змін: аналіз прикладів із форуму міста Рівне

На основі аналізу мовного матеріалу форуму міста Рівне [38] можна виокремити кілька характерних рис, які ілюструють динаміку мовних змін у цифровому просторі, зокрема в локальних онлайн-спільнотах. Хоча активність на форумі наразі невисока, загальна структура повідомлень і стилістика комунікації дозволяє зробити низку лінгвістичних спостережень, релевантних для магістерського дослідження.

У сучасному цифровому дискурсі, зокрема у форумному спілкуванні, спостерігається чітка тенденція до переважання розмовної стилістики та спрощення синтаксису. Це явище виявляється у використанні коротких, емоційно забарвлених речень, еліптичних конструкцій, а також звертань, що апелюють до спільноти. Така мовна поведінка свідчить про прагнення до невимушеного, інформального спілкування, яке є характерним для жанру форуму як платформи горизонтальної комунікації. Наприклад, у вислові *Хто знає де зараз можна зробити нормальний ремонт* відсутні розділові знаки, а синтаксична структура є максимально спрощеною, що демонструє наближення письма до усного мовлення.

Подібна тенденція простежується у фразі *Порадьте, де купити нормальну пральну, бо ця вже все*, де використано розмовне скорочення *пральну* замість

нормативного *пральну машину*, а друга частина речення побудована без підмета, що свідчить про економію мовних засобів та перевагу еліптичних форм.

У вислові *Знову світла нема. І ніхто нічого не каже* спостерігається фрагментарність і відсутність логічного зв'язку між частинами, що створює ефект емоційного висловлювання, характерного для спонтанної реакції на події. Звертання *Люди, що з водою?* є типовим для форумного жанру, де автор апелює до колективного досвіду, а коротка форма речення без уточнень сприяє швидкому реагуванню та створює ефект живого діалогу.

Сукупність наведених прикладів свідчить про те, що цифрове спілкування сприяє демократизації мовних норм, де формальність поступається експресивності, швидкості та емоційності. Розмовна стилістика в онлайн-комунікації перетворюється з периферійного варіанту на нову норму, що відображає зміни у мовній поведінці сучасного користувача.

У мовному матеріалі форуму міста Рівне чітко простежується також тенденція до активного використання локальних реалій та топонімів, що формує специфічний регіональний контекст цифрової комунікації. Згадування назв районів, вулиць, установ і закладів не лише виконує функцію географічної прив'язки, а й слугує елементом соціальної ідентичності, який об'єднує користувачів навколо спільного простору. Наприклад, у вислові *На Північному знову не працює світло. Хтось дзвонив у Рівнеобленерго?* топонім *Північний* та назва установи *Рівнеобленерго* вказують на вкоріненість мовлення в місцеву реальність, що є важливим для аналізу регіональних мовних практик.

Подібна локалізація спостерігається у фразі *На Ювілейному знову прорвало трубу. Комунальники як завжди – тиша*, де топонім *Ювілейний* позначає конкретний житловий масив, а згадка про *комунальників* як узагальнену місцеву службу підсилює соціальну прив'язку та емоційне ставлення до локальних проблем.

У вислові *Хтось був у новій поліклініці на Макарова? Як там лікарі?* згадка про вулицю *Макарова* та медичний заклад створює географічну та

інституційну локалізацію, яка не потребує уточнень для місцевих, що свідчить про спільне знання простору – важливу рису локального дискурсу.

У фразі *В Арсен на Гагаріна краще не йти – черги страшні* назва торгового закладу *Арсен* і топонім *Гагаріна* вказують на конкретну точку міського побуту, а сам тип повідомлення є типовим для форумів, де користувачі обмінюються практичною локальною інформацією.

Нарешті, у вислові *На перехресті Чорновола і Костромської світлофор не працює – знову аварія* згадка про конкретне перехрестя демонструє високий рівень спільної просторової орієнтації, що є характерним для регіональних форумів.

Сукупність наведених прикладів підтверджує, що локальні топоніми, назви установ і побутові реалії активно формують мовну ідентичність онлайн-спільноти, створюючи віртуальний простір, тісно пов'язаний із фізичним містом. На нашу думку, наведені вище приклади можуть слугувати доказом того, як цифрова комунікація зберігає й транслює локальні мовні практики, адаптуючи їх до нових форм соціальної взаємодії.

Крім того, у мовному дискурсі форуму міста Рівне спостерігається активне використання транслітерації та змішування мовних кодів, що є характерною рисою сучасної цифрової комунікації. Такі мовні практики не лише зумовлені технічними чинниками, як-от налаштування клавіатури чи автоматична транслітерація, але й мають виразне стилістичне, емоційне та ідентифікаційне навантаження. Вони слугують засобом вираження ставлення до ситуації, а також маркування належності до певної онлайн-спільноти.

Наприклад, у вислові *Znovu nema svitla... Rivne, blyad!* латиниця використовується для передачі українських слів *znovu*, *nema* та емоційного маркера *blyad*, що демонструє транслітераційну гнучкість і виконує експресивну або протестну функцію.

У фразі *Rivne bez svitla again... Це вже третій день!* поєднання латиниці та кирилиці створює ефект іноземного звучання, а також емоційного дистанціювання, при цьому кирилична частина акцентує факт тривалості

проблеми. Така структура може бути наслідком автоматичної транслітерації на мобільних пристроях, але водночас виконує стилістичну функцію.

У вислові *Svitlo? Ne znaju... maybe tomorrow* спостерігається одночасне використання трьох мовних кодів: української в транслітерації *svitlo, ne znaju*, англійської *maybe tomorrow* та повна відсутність кирилиці. Це свідчить про мовну гнучкість, притаманну онлайн-комунікації, а також про іронічне ставлення до ситуації, яке передається через змішування мов.

У фразі *Ну що, zrada чи peremoha?* ключові слова *zrada* і *peremoha* – транслітеровані українські терміни, що набули меметичного статусу. Їхнє написання латиницею часто використовується для візуального виділення, а також як шиболети – маркери належності до спільноти, яка активно користується цифровим сленгом.

Нарешті, у вислові *Це вже не місто, а surovyi blackout* поєднання транслітерованого прикметника *surovyi* з англіцизмом *blackout* створює гібридну мовну конструкцію, яка виконує експресивну функцію, передаючи емоційне ставлення до ситуації через мовну гру. Це також приклад креативного кодування, де латиниця використовується для стилізації або гумору.

Сукупність наведених прикладів підтверджує, що транслітерація та змішування мовних кодів у форумному дискурсі – це не випадкове явище, а свідомий мовний вибір, який виконує низку важливих функцій: стилістичну, емоційну, ідентифікаційну. У межах нашого дослідження ці приклади можуть слугувати доказом того, як цифрове середовище формує нові норми мовної поведінки, адаптуючи традиційні мовні ресурси до вимог онлайн-комунікації.

На основі аналізу мовного матеріалу спостерігаємо також, що у форумному дискурсі міста Рівне чітко простежується тенденція до формування меметичних конструкцій, які з часом набувають ознак фразеологізмів. Такі вислови активно використовуються для оцінки ситуацій, вираження іронії, емоційного ставлення та групової ідентифікації. Їхня повторюваність, впізнаваність і здатність функціонувати поза конкретним контекстом свідчать про процес фразеологізації, характерний для цифрового мовлення.

Наприклад, у вислові *Це вам не борщ, це Рівнеоблгаз!* іронічне порівняння з побутовим явищем створює меметичну формулу, яка передає емоційне ставлення до проблеми, а її структура легко адаптується до інших ситуацій. У фразі *Рівне – місто контрастів: тут або нема світла, або нема води, або нема нервів* поєднання побутових труднощів з емоційною реакцією формує саркастичну формулу, яка швидко набуває фразеологічного статусу.

Вислів *Світло зникло, але надія лишилась. Як завжди – на генератор* є прикладом іронічної фразеологізації, де побутовий предмет набуває символічного значення. Його повторюване використання в коментарях і дописах свідчить про закріплення в мовній практиці як засобу одночасної критики та адаптації до реальності.

У фразі *Рівне будується, але не для людей – для звітів* меметична формула виконує функцію соціальної іронії, спрямованої на критику формалізму в міському управлінні. Її стабільне використання в різних темах свідчить про фразеологічне закріплення, де вислів стає засобом колективного оцінювання.

Нарешті, у вислові *Зима близько, а батареї – як серце чиновника: холодні й мовчазні* поєднання метафори з меметичним порівнянням створює яскраву образність, яка виконує функцію соціального спротиву через гумор. Повторюваність цього вислову в темах про опалення свідчить про його фразеологізацію.

Сукупність наведених прикладів демонструє, як у форумному середовищі формуються стійкі мовні конструкції, що поєднують іронію, емоційність і локальний контекст. Вони не лише передають зміст, а й створюють спільне мовне поле, де користувачі розпізнають один одного через характерні вислови. У межах нашого дослідження такі приклади можуть слугувати доказом меметизації мови як інструменту соціальної комунікації, що відображає глибші процеси трансформації мовної свідомості в умовах цифрової культури.

У форумному дискурсі міста Рівне чітко простежується цікава тенденція до використання фрагментарних текстових конструкцій та візуальних маркерів,

що є характерною рисою цифрової комунікації. Елементи, які раніше були притаманні усному мовленню – інтонація, емоційні акценти, паузи – у письмовому онлайн-форматі передаються через графічні засоби: емодзі, знаки оклику, великий регістр. Такі засоби не лише підсилюють емоційне забарвлення повідомлення, а й формують нову паралельну систему невербальної експресії, що доповнює текст і виконує важливі комунікативні функції.

Наприклад, у вислові *Немає води!!!* 😡😡😡 використання трьох знаків оклику та емодзі 😡 слугує заміником інтонації, передаючи роздратування та емоційне напруження. У фразі *ЗНОВУ ТЕМРЯВА!!!* 🌧️🌧️ великий регістр та повторення емодзі 🌧️ створюють ефект крикливої реакції, що компенсує відсутність голосу в письмовому спілкуванні. Вислів *Світло є!!! Але на 5 хвилин* 😊 демонструє контраст між радісною частиною та розчаруванням, переданий через пунктуацію та емодзі 😊, який виконує роль емоційного коментаря. У фразі *Батареї холодні... як мої надії* 😞 поєднання побутового факту з метафорою та емодзі 😞 створює іронічну, емоційно забарвлену конструкцію, а три крапки виступають як візуальний маркер паузи, що імітує інтонацію. Нарешті, у вислові *НІ ВОДИ. НІ СВІТЛА. НІ ВІДПОВІДІ.* 😡 повідомлення побудоване як ритмічний перелік, де кожен елемент – окремий фрагмент, а великий регістр і крапки створюють ефект категоричності. Емодзі 😡 завершує повідомлення, підкреслюючи емоційне обурення.

Сукупність наведених прикладів свідчить про те, що користувачі форуму активно використовують візуальні засоби письма для передачі емоцій, інтонації та ставлення. На нашу думку, це може слугувати доказом того, що цифрове мовлення формує нову систему невербальної експресії, яка адаптує традиційні мовні ресурси до вимог онлайн-комунікації та збагачує текстову взаємодію в цифровому середовищі.

Підсумовуючи вищепроаналізовані приклади інтернет-комунікації, можемо висновкувати наступне. Мовний матеріал форуму міста Рівне наочно демонструє ключові тенденції динаміки мовних змін у цифровому просторі, які

відображають трансформацію сучасної комунікативної практики. По-перше, спостерігається чіткий перехід до усної моделі письма, що проявляється у використанні розмовної стилістики, еліптичних конструкцій, емоційно забарвлених звертань і синтаксичного спрощення. Така форма письма наближає текст до живого мовлення, сприяє невимушеній взаємодії та швидкому реагуванню.

По-друге, активне використання локальних маркерів ідентичності – назв районів, вулиць, установ – формує регіонально забарвлений мовний контекст, який не лише передає географічну прив'язку, а й виконує функцію соціального згуртування.

По-третє, транслітерація та змішування мовних кодів, зокрема кирилиці й латиниці, стали поширеним явищем, що виконує стилістичну, експресивну та ідентифікаційну функції. Такі мовні практики свідчать про гнучкість мовної поведінки користувачів і адаптацію до технічних та культурних умов цифрового середовища.

По-четверте, у форумному дискурсі активно формуються меметичні та фразеологічні конструкції, які набувають сталості, повторюваності та функціональної багатозначності. Вони слугують засобом оцінки, іронії, емоційного реагування та групової ідентифікації.

Нарешті, зростання ролі візуальних елементів у тексті – емодзі, пунктуаційних маркерів, великого регістру – свідчить про візуалізацію письма, що компенсує відсутність інтонації та невербальних засобів у цифровій комунікації.

2.4. Інтернет-комунікація як простір формування нових мовних норм: побутування фемінітивів на сторінках студентського блогу Svitlo School.

Інтернет-комунікація, зокрема освітні блоги, дедалі активніше впливають на мовні норми, зокрема на утвердження фемінітивів. На сторінці студентського блогу Svitlo School спостерігається послідовне використання фемінітивів, що свідчить про їхнє закріплення в молодіжному мовленні.

У заголовках і підписах до проаналізованих статей регулярно вживаються фемінітиви: *авторка: Варвара Чуб, авторка: Аліна Курило, авторка: Настя Кюркчі, авторка: Ксенія Фоміна*. Всього проаналізовано 30 публікацій, з яких 28 містять фемінітиви у формі *авторка, учасниця, дослідниця*, що становить 93% від загальної кількості. Це свідчить про високу частотність та нормативність їхнього вживання.

Доповнюючи аналіз, на нашу думку, варто звернути увагу на вживання фемінітивів не лише в заголовках, а й у самих текстах статей. У публікації *«Створюючи спогади: радість літніх таборів»* авторка пише: *«Кожна учасниця мала змогу проявити себе у творчих завданнях»*, що демонструє правильне словотворення за моделлю основа + суфікс *-ця*. У статті *«Лондонський досвід з дівчатами :)»* вжито: *«Моя подруга-редакторка допомогла мені з оформленням тексту»*, що свідчить про закріплення фемінітиву *редакторка* в побутовому мовленні.

У тексті *«Кембридж: мрії стали реальністю»* читаємо: *«Інструкторка з мовної практики надихнула нас на нові відкриття»*, що підтверджує активне використання фемінітивів у професійних назвах. Як зазначає О. Гнатюк, «фемінітиви в інтернет-дискурсі не лише фіксують стать мовця, а й формують нову мовну етику» [14].

У статті *«Найкращі два тижні в Лондоні!»* авторка зазначає: *«Наша координаторка щодня організовувала екскурсії та підтримувала нас у всьому»*. Фемінітив *координаторка* утворено правильно, за моделлю основа + суфікс *-к(а)*, що відповідає нормам сучасного словотвору.

У публікації *«Стоп стрес!»* читаємо: *«Психологиня розповіла нам про техніки саморегуляції»*. Вживання фемінітиву *психологиня* демонструє адаптацію професійної лексики до гендерно маркованого мовлення, що, за словами А. Шеремет, «є ознакою стилістичної гнучкості сучасної української мови» [43].

У тексті *«З України до Великого Яблука»* авторка пише: *«Менторка з Нью-Йорка поділилася досвідом навчання у США»*. Тут фемінітив *менторка* є

прикладом запозиченого слова, адаптованого до української граматики, що свідчить про динаміку мовної норми.

У статті «*Що таке домашня система?*» вжито: «**Кураторка** класу допомагає нам розв'язувати організаційні питання». Така форма є нормативною й поширеною в освітньому дискурсі.

Таким чином, фемінітиви в проаналізованих текстах блогу функціонують не як виняток, а як норма, що активно підтримується молодіжною аудиторією. Це підтверджує тезу, що інтернет-дискурс, зокрема молодіжні блоги, є простором активного формування та побутування нових мовних стандартів.

Формування фемінітивів здебільшого відповідає сучасним нормам словотвору: основа іменника чоловічого роду + суфікс *-к(а)*, *-иц(я)*, що відповідає нормам чинного Українського правопису в редакції 2019 року [37, с. 27. Наприклад, *учасниця табору, дослідниця мовних стратегій, редакторка блогу*. Водночас трапляються поодинокі випадки уникання фемінітивів, як-от *автор: Крістіна*, що може свідчити про індивідуальні стилістичні уподобання або вплив англومовного середовища.

Доповнюючи спостереження, варто звернути увагу на випадки ненормативного утворення фемінітивів або уникання їх вживання, що також трапляються на сторінках студентського блогу *Svitlo School*. У статті «*Мій досвід у STEM-програмі*» вжито формулювання: «Я була **учасником** проєкту, який змінив моє бачення науки». Тут іменник *учасник* використано щодо дівчини, що суперечить морфолого-синтаксичним нормам української мови, згідно з якими рід іменника має узгоджуватися зі статтю мовця [30].

У публікації «*Інтерв'ю з лідером команди*» авторка зазначає: «*Наш **лідер** – талановита дівчина, яка надихає нас*». Вживання маскулінітиву *лідер* без фемінітивної форми *лідерка* є прикладом уникання фемінітиву, попри наявність усталеної форми в сучасному словнику. Як зазначає О. Синчак, «уникання фемінітивів часто пов'язане з прагненням надати жінці статусу, що асоціюється з чоловічою роллю, що є наслідком патріархальних мовних моделей» [33].

У статті «*Моя роль як ментор*», головною героїнею якої є особа жіночої статі, читаємо: «*Ментор – це не просто наставник, а друг і порадник*». Відсутність фемінітиву *менторка* може бути зумовлена впливом англійської мови, де слово *mentor* є гендерно нейтральним. Проте в українському контексті така форма не узгоджується з нормами, закріпленими в *Українському правописі* 2019 року [37, с. 27].

Такі приклади свідчать про неоднорідність мовної практики, де фемінітиви співіснують із маскулінітивами, а іноді – з формами, що не відповідають усталеним нормам. Це підтверджує думку О. Малахової: «Фемінітиви – не данина моді, а природна частина української мовної системи, яка потребує свідомого вживання» [23].

Науковці зазначають, що «фемінітиви стали маркером не лише гендерної ідентичності, а й соціальної активності жінок» [26, 2021]. За словами О. Сербіна, «інтернет-дискурс є лабораторією мовних змін, де фемінітиви проходять апробацію й закріплення» [31].

Отже, аналіз мовного матеріалу студентського блогу *Svitlo School* засвідчує активне побутування фемінітивів як у заголовках, так і в основному тексті публікацій. Більшість уживаних форм відповідає нормам сучасного словотвору, закріпленим в *Українському правописі* 2019 року, що свідчить про поступове закріплення фемінітивів у молодіжному мовленні. Водночас поодинокі випадки уникання або ненормативного вживання фемінітивів демонструють неоднорідність мовної практики, зумовлену впливом англomовного середовища, індивідуальними стилістичними уподобаннями та відсутністю усталених норм для деяких нових професійних назв. Таким чином, інтернет-комунікація постає як динамічний простір мовної еволюції, де фемінітиви не лише функціонують, а й формують нову мовну етику, відображаючи соціальні зміни та запити сучасного українського суспільства.

РОЗДІЛ 3. МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛІВ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ В НАВЧАННІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

3.1. Потенціал інтернет-дискурсу для формування мовної та комунікативної компетентності здобувачів освіти

Інтернет-дискурс відкриває широкий потенціал для формування мовної та комунікативної компетентності здобувачів освіти через поєднання нових способів створення й обміну мовними повідомленнями, доступність автентичних мовних зразків та можливість участі в різноманітних дискурсивних практиках. У сучасній педагогіці мовної освіти дискурс, що формується в електронних середовищах – форумах, блогах, соціальних мережах, чатах, віртуальних класах та телекомунікаційних проєктах – розглядають не лише як джерело лексичних і граматичних матеріалів, але й як складну соціально-практичну систему, де відбувається опанування способів «бути» в певних мовних спільнотах. Саме поняття «Discourse» у роботах Дж. П. Гі формує теоретичну основу для розуміння того, що участь у цифрових спільнотах – це не просто вивчення одиниць мови, а «ways of being in the world», тобто способи існування та взаємодії, які інтегрують слова, дії, цінності й соціальні ідентичності.

По-перше, інтернет як середовище комунікації забезпечує багатий корпус автентичних текстів усіх жанрів, стилів і реєстрів, що дозволяє учням засвоювати граматичні та лексичні форми в контексті їх реального вживання. Класична модель комунікативної компетентності М. Канале і М. Суейна, яка виокремлює граматичну, соціолінгвістичну, дискурсивну та стратегічну компоненти, отримує в цифровому просторі природне поле для реалізації: учні бачать, як граматичні засоби поєднуються в дискурси, як вибір лексики й прагмалінгвістичних форм залежить від жанру та аудиторії, а також набувають стратегій подолання комунікативних розривів через редагування повідомлень, повторні пояснення та використання мультимодальних підказок. Коротка, але фундаментальна теза про структуру компетентності допомагає педагогам

цілеспрямовано проектувати навчальні завдання, орієнтовані на роботу з реальними цифровими жанрами [2].

По-друге, інтернет-дискурс сприяє розвитку цифрової компетентності – нового типу навичок і практик, які включають орієнтацію в мультимодальному тексті, критичну оцінку джерел, створення змісту з урахуванням публіки та використання технічних засобів для комунікації.

По-третє, електронні комунікації змінюють самі ресурси вираження: вони відкривають нові способи виконання функцій мовлення, наближаючи письмовий дискурс до усного, збільшуючи роль партисипативності й інтерактивності та надаючи учням можливість швидкого зворотного зв'язку. В цифровому середовищі більша кількість учнів заохочується до письмового самовираження, що своєю чергою стимулює практику мовлення й письма в умовах реальної комунікації. Така трансформація стилістичних ресурсів створює навчальні можливості для відпрацювання реєстрів, мовних формальностей та комунікативних стратегій у безпечному, одночасному й часто анонімному середовищі.

Крім того, участь у інтернет-дискурсі природно поєднує мовленнєві та позамовні компоненти компетентності: здобувачі не лише опановують мовні структури, а й засвоюють культурні норми, правила етикету, очікування аудиторії, способи оформлення ідентичності. З теоретичної точки зору це означає, що навчання мови має бути зорієнтованим на «входження в дискурс» – процес, який включає соціалізацію в нові способи мовного й позамовного поводження. В умовах телекомунікаційних проєктів та телетехнологічних обмінів, таких як телетандем або спільні міжнародні блог-проєкти, учні отримують можливість «енкультуризації» в практики іншомовної спільноти, що сприяє розвитку не лише мовної, а й міжкультурної складової комунікативної компетентності. Праці, які досліджують взаємозв'язок онлайн-дискурсу та формування ідентичності, демонструють, що цифрові практики активно конструюють мовні ролі й дають учням засоби для експериментування з власними мовними іміджами [1].

Педагогічні програми, що використовують інтернет-дискурс, можуть цілеспрямовано розвивати такі компоненти мовної освіти: роботу з жанрами (написання блогів, коментарів, форумних повідомлень), завдання з редагування й перекладу мультимодальних текстів, кооперативні проєкти в онлайн-середовищі, а також рефлексивні вправи з метою усвідомлення стилістичних і прагматичних виборів. Практичний ефект цих підходів підтверджують дослідження, в контексті яких аналізували мовну активність здобувачів освіти у віртуальних середовищах і відзначали зростання як лексичної різноманітності, так і стратегічних навичок вирішення комунікативних проблем (наприклад, перефразування, уточнення, використання невербальних елементів на кшталт емодзі й мультимедійних вставок). Таким чином, робота з інтернет-дискурсом стає інструментом для цілеспрямованого розвитку всіх підсистем комунікативної компетентності, від граматики до стратегій взаємодії.

Важливо також враховувати критичну складову: інтернет-дискурс не є нейтральною зоною, він формує й відтворює соціальні нерівності, стереотипи та алгоритмічні дисбаланси доступу. М. Варшауер попереджав, що нові можливості письмової виразності супроводжуються ризиком фрагментації норм і послаблення авторитету традиційних джерел; водночас він наголошує на освітньому потенціалі, якщо викладачі інтегрують критичні вправи з оцінки й створення інтернет-контенту [5]. Іншими словами, педагогічна стратегія має включати навчання медіаграмотності й етиці цифрової комунікації, аби розвиток мовної компетентності супроводжувався розвитком відповідальної комунікативної практики [4].

Методологічно ефективною є модель діяльнісного підходу, у рамках якої здобувачі освіти виконують автентичні комунікативні завдання в інтернеті: створення інформаційних постів, участь у тематичних онлайн-дискусіях, підготовка мультимедійних презентацій для публіки, проведення інтерв'ю в соціальних мережах тощо. Такі завдання стимулюють «дискурсивну компетентність» – здатність продукувати зв'язні, когерентні тексти, пристосовані до жанру й мети, а також «стратегічну компетентність», що

проявляється у вмінні відновлювати контакт після непорозумінь або використовувати технічні засоби для уточнення й налагодження комунікації. Практичні кейси показують, що при правильній модерації й зворотному зв'язку такі активності значно підвищують мотивацію учнів і дають помітні результати у володінні мовою.

Однак педагогам варто врахувати й потенційні перешкоди: нерівний доступ до якісного інтернет-з'єднання та цифрових ресурсів призводить до «цифрового розриву», який поглиблює мовні й освітні нерівності; також без чіткої методології робота з інтернет-дискурсом може залишатися фрагментарною, не забезпечуючи цілеспрямованого розвитку всіх компонентів комунікативної компетентності. Тому в освітній політиці необхідне поєднання інфраструктурних рішень, професійного розвитку вчителів та розробки курсів, які інтегрують інтернет-практики в системний підхід до навчання мови. Дослідження, які аналізують використання технологій у шкільній практиці, підкреслюють, що лише комплексна стратегія дозволяє конвертувати цифрові ресурси на сталий освітній результат [5].

На рівні оцінювання результатів навчання інтернет-дискурс відкриває нові інструменти для діагностики комунікативної компетентності: блоги дискусій, електронні портфоліо, аналіз взаємодій у співпраці та кількісні й якісні метрики для відстеження прогресу. Така діагностика може бути більш репрезентативною для реальної комунікативної здатності, ніж традиційні тести, бо відображає вміння пристосовувати мовлення до аудиторії, керувати жанром, використовувати мультимодальні ресурси й застосовувати стратегії налагодження взаємодії. Разом з тим, питання приватності, авторських прав і етичної обробки даних вимагає від освітніх установ розробки чітких політик щодо використання матеріалів учнів у дослідженнях і при оцінюванні.

Отже, потенціал інтернет-дискурсу для формування мовної та комунікативної компетентності здобувачів освіти є багатовимірним: він включає доступ до автентичних мовних зразків, розвиток цифрової й мультимодальної компетентностей, можливості енкальтуризації та міжкультурного діалогу,

створює поле для стратегічного опанування комунікативних навичок і водночас висуває вимогу до критичного та етичного підходу у викладанні. Щоби цей потенціал реалізувався в освітньому процесі, необхідні системні педагогічні проекти, що поєднують методологічну чіткість, інфраструктурну підтримку та розвиток професійної майстерності вчителів; лише тоді інтернет-дискурс стане не випадковим, а цілеспрямованим і вимірюваним фактором формування повноцінної комунікативної компетентності.

3.2. Основи інтернет-комунікації в шкільному курсі української мови в контексті Нової української школи

У сучасних навчальних програмах з української мови для основної школи (5–9 класи), укладених відповідно до компетентнісного підходу, простежується поступове впровадження елементів інтернет-комунікації як об'єкта мовного аналізу та засобу формування комунікативної компетентності учнів. Аналіз змісту навчальних матеріалів, зокрема у виданнях під авторством Н. Голуб, О. Горошкіної та ін., дозволяє окреслити основні тематичні напрями, що стосуються цифрового мовлення, а також визначити їх розподіл за класами [27; 28].

У 5 класі учні ознайомлюються з поняттям «текст» у широкому розумінні, включаючи електронні повідомлення, коментарі, оголошення, що поширюються в цифровому середовищі. У межах засвоєння мовленнєвої змістової лінії передбачено створення коротких повідомлень, зокрема електронних листів, що моделюють ситуації спілкування в інтернеті. Водночас учні вчать розрізняти офіційне та неофіційне мовлення, що є важливим для розуміння стилістичних особливостей цифрової комунікації.

У 6 класі акцент зміщується на аналіз структури текстів, зокрема тих, що функціонують у соціальних мережах. У темах, присвячених типам мовлення (розповідь, опис, міркування), учні мають змогу порівнювати традиційні зразки з сучасними – наприклад, опис предмета в художньому стилі та його презентацію в онлайн-магазині. Також вводиться поняття «інформаційне

повідомлення», що охоплює новинні пости, блоги, мікроблоги, зокрема в контексті публіцистичного стилю.

У 7 класі навчальний матеріал розширюється за рахунок тем, пов'язаних із мовними нормами в інтернет-комунікації. Зокрема, учні аналізують порушення орфографічних і пунктуаційних правил у цифрових текстах, вчать редагувати коментарі, пости, повідомлення. З метою розвитку мовлення здобувачів освіти розглядаються етичні аспекти спілкування в мережі – уникнення мови ворожнечі, дотримання норм ввічливості, коректність висловлювань. Також вводиться поняття «неологізм», що охоплює інтернет-терміни, сленг, аббревіатури, які активно функціонують у цифровому просторі.

У 8 класі учні працюють із поняттям «стиль мовлення» у контексті інтернет-комунікації. Вивчаються ознаки розмовного, публіцистичного, художнього стилів на прикладі текстів із соціальних мереж, блогів, форумів. Особлива увага приділяється жанровій диференціації цифрових текстів: пост, коментар, рецензія, огляд, сторіз, мем. У межах теми «Текст і його будова» учні аналізують логіку викладу, зв'язність, композицію повідомлень у цифровому середовищі.

У 9 класі навчальний матеріал передбачає глибше осмислення інтернет-комунікації як соціального явища. У темах, присвячених мовленнєвим жанрам, учні створюють власні тексти в цифрових форматах – рецензії на подкасти, буктрейлери, блоги, есе у формі постів. Також розглядається вплив цифрового середовища на мовну норму, зокрема явища трансформації синтаксису, лексики, стилістики. У контексту формування мовної компетентності учні вчать критично оцінювати інформацію, розпізнавати маніпулятивні мовні засоби, формувати аргументовану позицію в онлайн-дискусії.

Таким чином, навчальні матеріали з української мови для 5–9 класів демонструють поступове розширення спектра тем, пов'язаних із інтернет-комунікацією – від елементарного ознайомлення з цифровими текстами до їх глибокого стилістичного, етичного та жанрового аналізу. Такий підхід відповідає сучасним освітнім тенденціям, спрямованим на формування в

здобувачів освіти здатності ефективно, грамотно та відповідально використовувати українську мову в цифровому середовищі.

Для прикладу особливостей вивчення елементів інтернет-комунікації в шкільному курсі української мови пропонуємо план-конспект уроку розвитку зв'язного мовлення для 6 класу на тему «Допис у соцмережах. Особливості спілкування в мережі» (Додаток В).

Формування цифрової та мовно-комунікативної компетентностей здобувачів освіти засобами інтернет-комунікації можна продовжити в позанавчальній, гуртковій, виховній роботі. У додатку Б пропонуємо розроблену нами орієнтовну навчальну програму мовно-літературного гуртка «Мова в цифровому світі» для здобувачів освіти 5-9 класів.

Висновки

У магістерській роботі здійснено комплексний аналіз лінгвокультурних особливостей сучасної інтернет-комунікації та визначено їх значення для розвитку української мови й методики її викладання.

1. Інтернет-комунікація постає як новий тип дискурсу, що поєднує риси усної та писемної мови, характеризується гібридністю, динамічністю, мультимодальністю, інтерактивністю й відкритістю. Ці риси зумовлюють трансформацію мовних практик і формування нових жанрів комунікації (чати, блоги, стріми, соціальні мережі).

2. Лінгвокультурний підхід дав змогу простежити взаємодію мови та культури в цифровому середовищі. Установлено, що такі елементи, як меми, хештеги, емодзі, функціонують як сучасні лінгвокультуреми, передаючи символічні значення й культурні коди. Вони слугують не лише інструментами комунікації, а й маркерами колективної ідентичності та культурної пам'яті.

3. Мовна поведінка користувачів у мережі відзначається високим рівнем креативності й експресивності. Для неї характерні: активне використання сленгу, поява нових неологізмів, запозичення з англійської, мовна економія, а також гібридизація кодів. Ці процеси свідчать про гнучкість та адаптивність української мови до нових умов комунікації.

4. Вплив інтернет-комунікації на сучасну українську мову є двостороннім. З одного боку, вона стимулює лексичне збагачення, демократизацію мовних норм, формування нових жанрів і стилів; з іншого – створює ризики зниження мовної культури, порушення орфографічних і синтаксичних правил, зростання залежності від іншомовних елементів.

5. Практичний аналіз українського сегмента соціальних мереж (Facebook, Instagram, TikTok та ін.) засвідчив появу численних лексичних і стилістичних інновацій, пов'язаних із культурою мемів, блогінгу та молодіжного спілкування. Вони виконують функції маркування ідентичності, соціальної солідарності, національного спротиву, особливо в умовах воєнного стану.

6. Інтернет-комунікація має значний методичний потенціал. Використання її матеріалів у навчанні української мови сприяє підвищенню мотивації учнів, формуванню їхньої мовної та комунікативної компетентності, розвитку критичного мислення й уміння орієнтуватися в цифровому середовищі. Розроблені вправи, завдання та приклади з інтернет-дискурсу підтверджують ефективність інтеграції цифрового контенту в освітній процес.

7. Результати дослідження мають як наукове, так і практичне значення. Вони поглиблюють теоретичне розуміння феномену інтернет-комунікації, уточнюють лінгвокультурологічні категорії та пропонують шляхи їхнього застосування у викладанні української мови.

Таким чином, сучасна інтернет-комунікація є складним багатовимірним явищем, що істотно впливає на мовні процеси та культурні практики в Україні. Її вивчення сприяє кращому розумінню трансформацій у мовній свідомості суспільства та відкриває нові перспективи для методики викладання української мови в умовах цифрової епохи.

Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів проблеми й відкриває широкі можливості для подальшого наукового пошуку.

1. Перспективним напрямом є розширення джерельної бази шляхом залучення матеріалів нових цифрових платформ (YouTube, Telegram-каналів, Discord, стрімінгових сервісів), що демонструють специфічні мовні практики.

2. Доцільним видається зіставний аналіз інтернет-комунікації в українському та зарубіжному сегментах мережі, що дозволить виявити універсальні й специфічні риси лінгвокультурних процесів у глобальному цифровому середовищі.

3. Подальших студій потребує динаміка мовної ідентичності в умовах гібридизації кодів, зокрема дослідження впливу англomовних запозичень та нових сленгових одиниць на формування мовної картини світу українців.

4. Перспективним є аналіз міждисциплінарних аспектів інтернет-комунікації, зокрема вивчення її взаємодії з психологією, соціологією, культурологією, медіазнавством.

5. Значний потенціал має подальша розробка методичних моделей використання цифрового контенту у викладанні української мови та літератури, зокрема створення електронних підручників, інтерактивних вправ, словників інтернет-неологізмів.

6. Актуальним є дослідження мовних практик у контексті війни та інформаційної безпеки, адже інтернет-комунікація стає важливим інструментом культурного спротиву, формування національної ідентичності та мобілізації суспільства.

Таким чином, перспективи подальших досліджень полягають у поглибленому аналізі мовних, культурних і методичних аспектів інтернет-комунікації, що сприятиме формуванню цілісної наукової картини цифрового дискурсу та його практичного використання в освітньому й суспільному житті.

Список використаних джерел

1. Chang Y.-C. *Discourse and Identity in Online Language Learning: A Case Study of a Community College ESL Classroom*. 2010. University of California, PhD dissertation. eScholarship. URL: <https://escholarship.org/uc/item/7x20w17f> (дата звернення: 19.09.2025).
2. Communicative Competence. Foreign Language Teaching Methods: Speaking. University of Texas at Austin, Center for Open Educational Resources and Language Learning (COERLL). 2010. URL: <https://coerll.utexas.edu/methods/modules/speaking/01/jigsaw.php> (дата звернення: 13.09.2025).
3. Dudko I., Zaitseva N. Modern discourse of Internet communication: linguistic aspect. *Philological Sciences*. 2024. Vol. 28, No. 3. URL: <https://philologicalscience.com.ua/uk/journals/tom-28-3-2024/suchasny-diskurs-internet-komunikatsiyi-lingvistichny-aspekt> (accessed: 09.09.2025).
4. Philipkoski K. The Web: Not the Death of Language. *WIRED*. 22 Feb. 2005. URL: <https://www.wired.com/2005/02/the-web-not-the-death-of-language/> (дата звернення: 13.09.2025).
5. Warschauer M. A literacy approach to the digital divide. In *M. A. Pereyra (Ed.), Las multialfabetizaciones en el espacio digital*. Malaga, Spain : Ediciones Aljibe. URL: https://education.uci.edu/uploads/7/2/7/6/72769947/lit-approach.pdf?utm_source (дата звернення: 13.09.2025).
6. Warschauer M. *Electronic Literacies: Language, Culture, and Power in Online Education*. Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, 1999. 220 p.
7. Антіпова О. П. Роль природної мови в репрезентації соціокультурного простору інформаційної доби. *Наукові праці Вінницького національного аграрного університету. Серія : Філологічні науки*. 2012. Вип. 1. С. 17–23.
8. Антіпова О. П. Соціокультурний простір інформаційної ери: взаємовплив природної та штучної мов : монографія. Дніпропетровськ : ДДУВС, 2013. 179 с.

9. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
10. Бибик С. П., Черпаха Л. Л. Семантичний та образно-асоціативний потенціал вербалізаторів лінгвокультурами кіт в українських масмедіа. *Man and law in the language of modern mass media : Scientific monograph. Volume 2.* Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2025. Ch. 37. С. 388-412. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-554-9-37>
11. Бойко О. Ю. Віртуальна комунікація як сучасний тренд спілкування. *Сучасні філологічні дослідження та навчання іноземної мови в контексті міжкультурної комунікації : збірник студентських наукових робіт / за заг. ред. В. О. Папіжук, Ю. О. Лісової, Ю. Ю. Климович, В. В. Жуковської.* Житомир : Видавництво Житомирського державного університету імені Івана Франка, 2022. С. 23-24.
12. Бокійчук В., Перхач Р. Аналіз емоційного забарвлення коментарів користувачів з сайту оцінок фільмів IMDb. *Актуальні питання гуманітарних наук.* 2024. Вип. 79. Т. 1. С. 222-228.
13. Винарієва О. Мова українських блогерів у соціальній мережі Інстаграм. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2021. 34 с.
14. Гнатюк О. В. Фемінітиви як маркер мовної етики в інтернет-дискурсі. *Лінгвістичні студії.* 2022. № 49. С. 112–120.
15. Григорук Н. Меми як психологічний ресурс ідентичності в умовах війни. *Актуальні проблеми філології та перекладознавства,* 2023. Вип. 46, С. 42–49.
16. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства / М. Кастельс; [пер. з англ. Е. Г. Ганиш, А. Б. Волкова]. Київ : «Видавництво «Ваклер» у формі ТОВ, 2007. 304 с.
17. Коваль Т. Л. Експресивна функція неологізмів у мові сучасного газетного дискурсу. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство).* Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2011. Вип. 100. С. 78–81.

18. Корольова О., Грималюк Н. Інтернет-мем як феномен сучасного медіадискурсу: стилістично-прагматичний аспект. *Наукові записки НаУКМА. Філологія*, 2023. Вип. 6(2), С. 9–18. <https://doi.org/10.18523/2617-870X.2023.6.2.9-18>
19. Кравець Н. М. Мовні особливості інтернет-комунікації. *Вісник Вінницького національного аграрного університету. Серія: Філологія*. 2012. Вип. 1. С. 17–22.
20. Левченко Т. М., Чубань Т. В., Шинкар Т. С. Лексичні інновації в мові українських ЗМІ. *Мовознавчий вісник*. 2021. № 45. С. 43–51.
21. Литвин О. Лінгвістичні особливості сучасної інтернет-комунікації. *Закарпатські філологічні студії*. 2025. Вип. 23(1), С. 112–125. DOI: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2025.23.1.xx>
22. Мак-Люен М. Галактика Ґутенберга: Становлення людини друкованої книги / М. Мак-Люен; [пер. з англ. А. А. Галушки, В. І. Постнікова]. 2-е вид., перероб. Київ : Ніка-центр, 2008. 392 с.
23. Малахова О. Фемінітиви – не данина моді, вони властиві українській мові. URL: <https://womo.ua/olena-malahova/> (дата звернення: 13.09.2025).
24. Малишева М. Мережевий дискурс як різновид електронного дискурсу. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Філологія*. 2023. URL: <https://philolvisnyk.onu.edu.ua/article/view/274983> (дата звернення: 09.09.2025).
25. Мальцева Л. Українська блогосфера: функціонально-стильова характеристика. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна*. 2011. Вип. 52. С. 278–289.
26. Масенко Л. Мовна політика: український контекст. *Мовознавство*. 2021. № 2. С. 3–15.
27. Модельна навчальна програма «Українська мова. 5-6 класи» для закладів загальної середньої освіти (у редакції 2023 року) (авт. Голуб Н. Б., Горошкіна О. М.). Київ : МОНУ, 2023. 53 с.

28. Модельна навчальна програма «Українська мова. 7–9 класи» для закладів загальної середньої освіти (авт. Голуб Н. Б., Горошкіна О. М.). Київ : МОНУ, 2023. 46 с.
29. Орищук В. С., Калініченко В. І. Лексичні неологізми медіасфери в сучасних англійській та українській мовах: структурний та семантичний аспекти. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. 2021. С. 170–175.
30. Пономарів О. Д. Стилїстика української мови. Київ : Либідь, 2020. 280 с.
31. Сербін О. В. Фемінітиви в українському інтернет-дискурсі: динаміка та нормативність. *Українська мова*. 2023. № 1(97). С. 45–56.
32. Сизонов Д. Фразеологізація інтернет-мемів: семантичний та прагматичний аспекти. *Лінгвістичні студії*. 2023. Вип. 41, С. 72–80. <https://doi.org/10.31558/1815-3070.2023.41.9>
33. Синчак О. П'ять причин вживати фемінітиви. URL: <https://povaha.org.ua/pyat-prychyn-vzhyvaty-feminityvy/> (дата звернення: 13.09.2025).
34. Суспільне Культура. Понад 90% дописів в Instagram пишуть українською мовою – дослідження. URL: <https://suspilne.media/culture/605725-ponad-90-dopisiv-v-instagram-pisut-ukrainskou-movou-doslidzenna/> (дата звернення: 10.09.2025).
35. Ткаченко О. В. Лінгвістичні особливості сучасної інтернет-комунікації. *Мовознавчий вісник*. 2021. № 45. С. 27–35.
36. Третьякова К. В. Функціонально-прагматична місія неологізмів у мові. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2019. № 42. Т. 1. С. 156–159.
37. Український правопис / ред. кол.: О. М. Ткаченко (голова) та ін.; Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України, Інститут української мови НАН України. Київ : Наукова думка, 2019. 316 с.

38. Форум міста Рівне. URL: <https://rivne.ukraine7.com> (дата звернення: 13.09.2025).
39. Центр контент-аналізу. Українська мова в соціальних мережах: динаміка використання у 2020–2022 роках. URL: <https://content-analysis.org.ua/ukrainian-language-social-media-report> (дата звернення: 10.09.2025).
40. Циганок Т. В. Лінгвокультурні особливості інтернет-комунікації. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*. 2020. № 188. С. 10–25.
41. Чернікова Н. Мем як соціокультурний маркер у цифровій комунікації. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія*. 2022. Вип. 25(2), С. 112–119.
42. Шаповаленко І. Динаміка мовних змін у сучасному дискурсі. *Наукові записки НаУКМА. Філологія*. 2025. Вип. 6(2). С. 85–103. DOI: <https://doi.org/10.18523/2617-870X.2025.6.2.xx>
43. Шеремет А. В. Фемінативи у функціонально-стильових сферах української літературної мови: норма і перспективи : дис. ... докт. філософії (канд. філол. наук) : 10.02.01. Дрогобич, 2024. 335 с.
44. Школа І. В., Панченко В. В. Неологічні номінації lifestyle-культури в англомовному соціомедійному дискурсі: лінгвокультурологічний аналіз. *Philological Science and Education in the Paradigm of Globalization Processes: European Integration Vector o Methodological, Educational and Intercultural Transformations : scientific monograph*. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2025. Ch.14. С. 278-304. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-590-7-14>
45. Шліхтенко Ю. В., Завальнюк Я. М., Громова Ю. А. Роль неологізмів в сучасному англомовному медіапросторі. *Молодий вчений*. 2024. № 6.1 (130.1). С. 83–86. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2024-6.1-131.1-18>

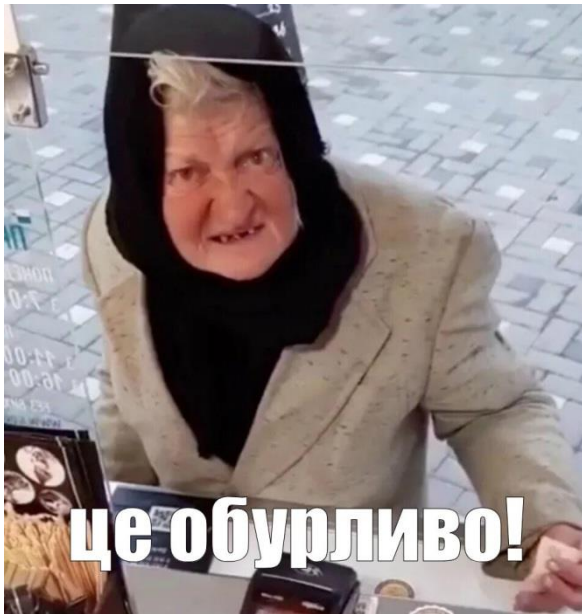
Приклади зображень з типовими мемоґичними фразами



промінець ❄️ 🇺🇦 @sunroxshine · 18 хв.

як виглядає дія зараз. репортаж з місця подій:





це обурливо!



Я теж хочу бути

В НАТО

Якщо росія нападе хоч на одну країну НАТО



то ця країна вийде з НАТО



Наші
чи ні?

Скажи
"паляниця"

Як умру, то поховайте
Мене в лінзах Гуччі
Через них гарніші будуть
Придніпровські кручі



Хтось: а знаєш, коли ти робиш одну помилку, то Авраменко
пускає одну сльозу

Авраменко після мого диктанту з української мови:



Де народжуються

меми?



ФОТО В ПАСПОРТІ



АВАТАРКА
В КОНТАКТІ



В ЖИТТІ

- А як ти готуєшся до ЗНО?



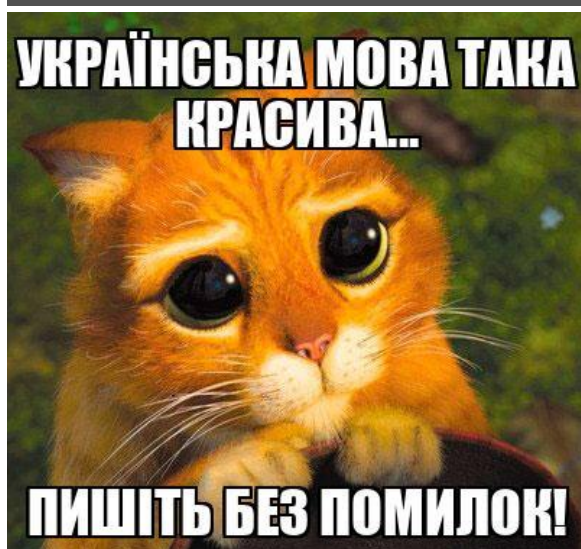
- Молюсь і Вірю

Говориш "протягом", а не "на протязі"??



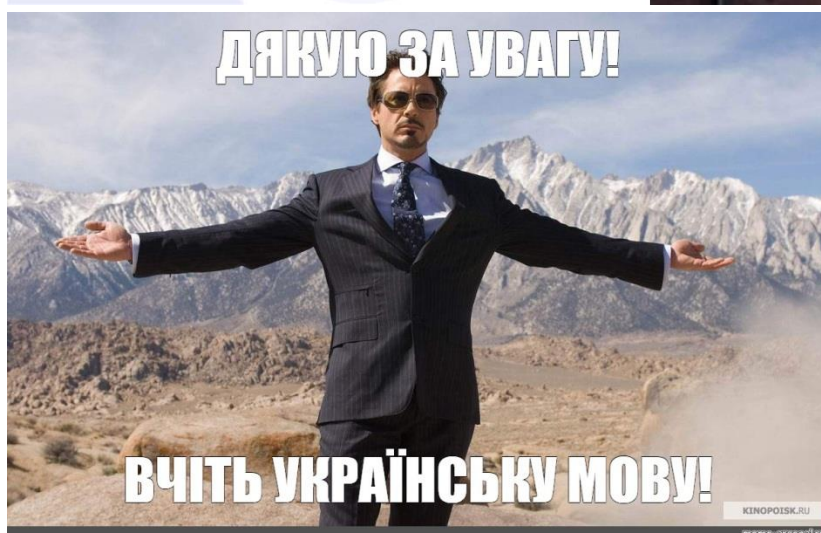
ІДИ ОБІЙМУ!!!







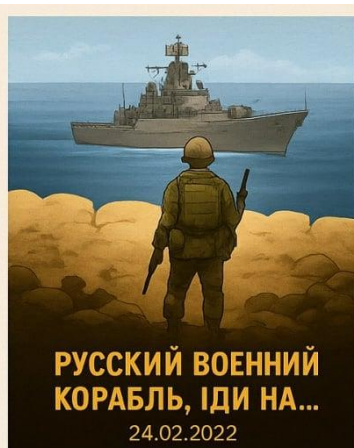
Квіз Популярні
українські
меми



українською,

~~будь ласка!~~

будь!





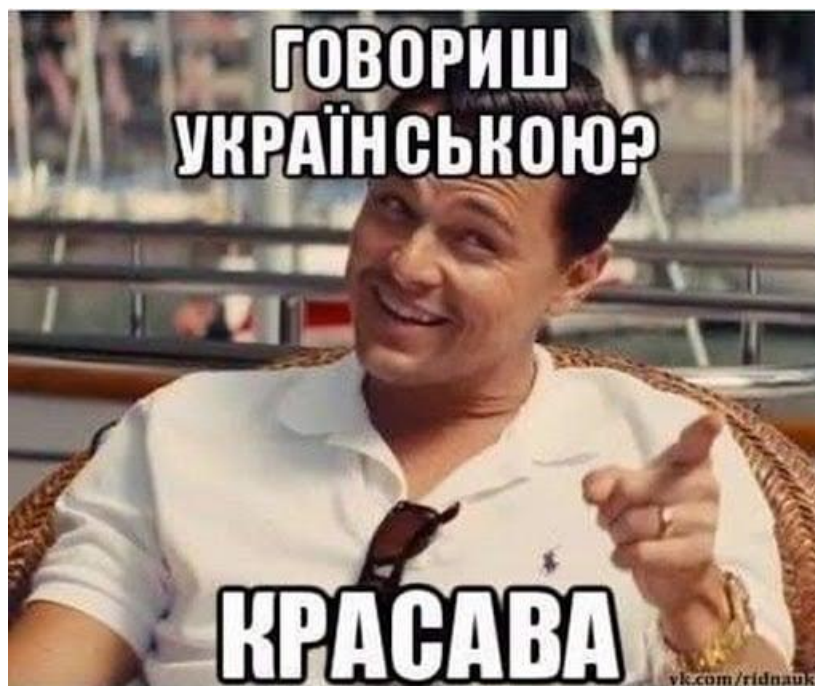
ТИПОВИЙ УКРАЇНЕЦЬ ПІД ЧАС ПОВІТРЯНОЇ ТРИВОГИ

Місяць тому:



Зараз:





Тема. РМ. Допис у соцмережах. Особливості спілкування в мережі

Мета: навчальна: ознайомити учнів з особливостями побудови дописів в інтернеті, правилами мережевого спілкування – *нетикетом*;

розвивальна: розвивати вміння формулювати та висловлювати думки в соціальних мережах, дотримуючись жанрових ознак;

виховна: виховувати культуру спілкування .

Тип уроку: урок розвитку мовлення.

Хід уроку:

I. Організаційний момент.

Бесіда

– Як часто ви спілкуєтеся з друзями в електронних месенджерах? Які з них вам найбільше до вподоби? Чому?

– Чи часто ви пишете дописи в соціальних мережах?

– Чи буває так, що ви хочете поширити повідомлення, створити допис на ту чи іншу тему, висловити власну думку, але... не пишете? Чому? Що вас стримує, можливо, лякає?

На сьогоднішньому уроці ми розглянемо, які ж стилі та типи мовлення доречно використовувати при написанні віртуальних повідомлень, з якими труднощами ви можете зустрітись та як їх уникати.

II. Повідомлення теми й мети уроку.

III. Актуалізація опорних знань.

Бесіда

Які стилі мовлення вам відомі?

Як ви вважаєте, які стилі ми використовуємо, пишучи смс-повідомлення, короткий допис чи коментар у соціальних мережах? (публіцистичний, епістолярний, художній).

Пригадаймо їх особливості.

Вправа «Стиль у дії»

Мета: актуалізувати знання про стилі мовлення, навчити розпізнавати їх у сучасних форматах (смс, допис, коментар).

Хід вправи:

1. **Учитель демонструє 3 короткі тексти** (можна на дошці, екрані або роздати картки):
 - **Текст 1 (смс-повідомлення):** *«Привіт! Буду через 10 хв. Чекай біля входу 😊»*
 - **Текст 2 (допис у соцмережі):** *«Сьогодні в нашій школі відбувся День української мови. Було цікаво, пізнавально і дуже атмосферно!»*
 - **Текст 3 (уривок з художнього твору):** *«Сонце повільно ховалося за обрій, залишаючи на небі багряний слід, мов спогад про літо...»*
2. **Завдання для учнів:**
 - Прочитайте кожен текст.
 - Визначте, до якого стилю мовлення належить кожен (розмовний, публіцистичний, художній).
 - Обґрунтуйте свою думку: які мовні ознаки допомогли вам це визначити?
3. **Обговорення:**
 - Який стиль найчастіше використовуємо у смс?
 - Який – у коментарях?
 - Чи можна поєднувати стилі? Наведіть приклади.
4. **Міні-гра «Стильовий мікс»:**
 - Учні отримують завдання: переписати один із текстів у стилі, відмінному від початкового. Наприклад, смс-повідомлення – у художньому стилі.

Очікуваний результат: Учні пригадують назви стилів, їх ознаки, вчать розпізнавати стилі в сучасних текстах і творчо трансформувати їх. Це створює міст між шкільною теорією та реальним мовленням у цифровому світі.

IV. Сприйняття й розуміння нового матеріалу.

Пояснення нового матеріалу.

Повідомлення – це форма подання інформації у вигляді звуків, символів, жестів. Ваше повідомлення має бути стислим і водночас інформативним, з дотриманням усіх норм етикету. Обов'язково містити привітання і підпис.

*Формальні правила поведінки у комп'ютерній мережі називаються **нетикет**.*

Основні принципи нетикету:

-*по-перше*, ввічливо ставитися до віртуальних опонентів, не забуваючи, що по ту сторону екрана живі люди;

-*по-друге*, поважайте право людини на особисту інформацію. Не розміщуйте її фото і не пишіть інформацію про особу, не узгодивши з нею;

-*по-третє*, не поширюйте неперевірену інформацію;

- *по-четверте*, не втручайтеся у конфлікти, висловлюйте свої думки чітко;

-*по-п'яте*, відповідай на повідомлення якомога швидше;

- *по-шосте*, пам'ятай про авторське право.

2. Правила безпеки мережевого спілкування – кібербезпека.

- Слово «*кібер*» з грецької означає «*над*».

1. Нікому не повідомляй пароль.

2. Не спілкуйся з незнайомцями.

3. Не відкривай невідомі файли.

4. Не довіряй всьому, що читаєш.

5. Повідомляй батькам про незрозумілі ситуації, булінг в мережі – **кібербулінг**.

Найпоширеніші види кібербулінгу в дитячому середовищі – створення фейкових сторінок, поширення інтимних фото, оприлюднення відеозаписів бійок тощо.

Вправа «Кібердетективи»

Мета: Закріпити правила безпечної поведінки в інтернеті, розпізнавати ознаки кібербулінгу, формувати навички критичного мислення та відповідального онлайн-спілкування.

Хід вправи:

Частина 1. «Кіберрозслідування»

Учні об'єднуються в малі групи (по 3–4 особи). Кожна група отримує **ситуацію** – короткий опис події з онлайн-середовища.

Приклад ситуації: «Марко отримав повідомлення від незнайомця з проханням надіслати фото. Він не знає, що робити.»

Завдання для групи:

- Визначити, яке правило кібербезпеки порушено.
- Які ризики виникають у цій ситуації?
- Які дії слід вжити?
- Як можна попередити подібне?

Очікувані відповіді: Не спілкуйся з незнайомцями. Повідом батькам. Не надсилай особисті дані.

Частина 2. «Кіберкодекс»

Після обговорення кожна група створює **один пункт «Кіберкодексу школяра»** – коротке правило у формі гасла або поради.

Приклади: 🗝 «Пароль – це твій секрет!» 🚫 «Не відкривай – якщо не знаєш!» 🗨 «Перевіряй, перш ніж вірити!» 🗯 «Побачив кібербулінг – не мовчи!»

Кожна група презентує свій пункт. Усі пункти збираються на дошці або плакаті – створюється спільний «Кіберкодекс класу».

Частина 3. «Кібертеатр» (за бажанням)

Групи можуть інсценізувати одну із ситуацій – показати неправильну поведінку та правильну реакцію. Це допоможе емоційно закріпити матеріал.

Підсумок: Учні усвідомлюють значення слова «кібер» як «над» – тобто надзвичайно важливо бути уважним, обережним і відповідальним у цифровому просторі. Вправа формує не лише знання, а й навички реагування, підтримки та самозахисту.

3. Фізкультхвилинка.

4. Словник мережевих слів на позначення певних небезпек.

Оффтоп – відхилення від теми спілкування. Наприклад, якщо на форумі ведеться дискусія стосовно доречності використання художніх засобів у публіцистичному стилі, а тут коментар: «Агов! А де ви взимку на ковзанах катаєтесь?» І тут *модератор* – особа, яка слідкує за веденням сторінки - пише: «Це оффтоп, тому бан».

Бан – обмеження для певного користувача, звідси слова «*банити*», «*забанити*».

Тролінг – написання провокаційних повідомлень з метою викликати *флейм*, *флуд* – конфлікти між учасниками, пусту балаканину.

Спам – масове розсилання реклам, повідомлень, без згоди отримувача.

7 лайфхаків для початківця, як створювати дописи в Інтернеті, які набирають багато лайків та які читають до кінця:

1. Занотовуйте ідеї для постів

Перед написанням потрібно мати чітко сформовану тему та ідею майбутнього допису.

2. Пишіть про те, що у вас викликає емоцію

Важлива жива манера подачі інформації. Усе, що ви подаєте в соцмережі, потрібно пропускати через себе, спиратися на власний досвід, бути щирим зі своїм читачем. Так, ви викликатимете довіру, а отже й інтерес.

3. Перевіряйте факти

4. Створіть свій гайдлайн та “тон голосу”

Ваш особистий стиль мовлення, особливі, притаманні лише вам, вислови – можуть спрацювати краще будь-якого іншого способу стати популярним та цікавим багатьом людям, які зайшли в ваш акаунт та побачили в текстах живу людину.

5. Робіть інтригуючі заголовки

Заголовок обов'язково повинен містити інтригу, але не розкривати усієї суті повідомлення, інакше підписник обмежиться тільки ним.

6. Структуруйте дописи

Розділіть свій текст на підзаголовки та додайте абзаци для легшого сприйняття. Підзаголовки повинні вводити читача, а не, знову ж таки, повністю передавати суть. Ви ж хочете, щоб читали текст повністю.

7. Обирайте прості теми, які цікавлять аудиторію

Вправа «Пост, який зачепить»

Мета: Закріпити знання про ефективні прийоми написання інтернет-дописів, розвивати навички структурування тексту, емоційного самовираження та креативного мислення.

Хід вправи:

Частина 1. «Розшифруй лайфхак»

Учні роздаються картки з короткими прикладами дописів, у яких порушено один із 7 лайфхаків (наприклад, надто сухий текст, без заголовка, без емоцій, перевантажений фактами, без абзаців тощо).

Завдання:

- Прочитати текст.

- Визначити, який лайфхак не дотримано.
- Пояснити, як можна його покращити.

Приклад: «Сьогодні був день. Ми були в музеї. Було цікаво. Все.» → Немає емоції, структури, заголовка.

Частина 2. «Напиши пост за схемою»

Учні отримують шаблон для створення власного допису, орієнтуючись на 7 лайфхаків:

- **Заголовок з інтригою:** *Наприклад: «Це був день, який я не забуду...»*
- **Тема і ідея:** *Про що я хочу розповісти?*
- **Емоція:** *Що я відчував/відчувала?*
- **Факт чи деталь:** *Що саме сталося?*
- **Мій стиль:** *Які слова я використовую, щоб бути собою?*
- **Структура:** *Абзаци, підзаголовки, логіка.*
- **Актуальність:** *Чому це може бути цікаво іншим?*

Завдання: Напиши короткий допис (5–7 речень) на тему «Мій найяскравіший день у школі» або «Що мене надихає». Дотримайся всіх 7 лайфхаків.

Частина 3. «Галерея постів»

Учні читають дописи одне одного (можна в парах або групах), обирають найемоційніший, найструктурованийший, найцікавіший заголовок тощо.

Можна створити «дошку лайків» – кожен учень ставить наліпку або значок на той пост, який йому сподобався найбільше.

Очікуваний результат: Учні не лише засвоюють теоретичні лайфхаки, а й практично застосовують їх, розвиваючи навички цифрового письма, самовираження та критичного аналізу тексту.

VI. Підсумок уроку.

Отже, будь-яке спілкування – очне чи віртуальне – має певні правила, дотримуючись яких ви досягнете успіхів.

VII. Домашнє завдання. Написати допис у соціальній мережі або створити проєкт власної сторінки у будь-якій соціальній мережі.

Орієнтовна навчальна програма мовно-літературного гуртка
«Мова в цифровому світі»

Назва гуртка: «Мова в цифровому світі»

Цільова аудиторія: Учні 5–9 класів, які цікавляться мовою, медіа, блогінгом, соціальними мережами, цифровою етикою.

Мета гуртка: Формування в учнів навичок грамотного, етичного та творчого використання української мови в цифровому середовищі; розвиток комунікативної, інформаційної та соціальної компетентності.

Основні завдання гуртка:

1. Створення мовного блогу або сторінки в соціальній мережі

Учні розробляють контент українською мовою: пости, рецензії, описи подій, мовні поради. Вивчають стилістику, логіку викладу, етику онлайн-спілкування.

2. Аналіз мовних особливостей цифрових текстів

Учасники гуртка досліджують пости, коментарі, меми, сторіз, виявляють стилістичні ознаки, порушення норм, жанрову специфіку.

3. Проведення мовного челенджу «Говори українською онлайн»

Протягом тижня учні щодня публікують у класній онлайн-групі нове слово, фразеологізм, цитату або коротке есе, дотримуючись мовних норм.

4. Створення буктрейлерів або подкастів українською мовою

Гуртківці готують сценарії, записують аудіо або відео, презентуючи літературні твори, мовні теми чи власні роздуми.

5. Розробка мінісловника інтернет-неологізмів

Учні збирають сучасні слова, що функціонують у цифровому просторі, аналізують їх походження, значення, доречність у різних стилях.

6. Проведення онлайн-дискусій з мовно-етичних питань

Учасники гуртка обговорюють теми, пов'язані з культурою мовлення, мовою ворожнечі, етикетом у коментарях, формують аргументовані позиції.

Форми і види діяльності гуртка

Пошукова робота

- Збирання текстових, фото- та відеоматеріалів з інтернет-джерел для аналізу мовних особливостей цифрового контенту
- Створення тематичних добірок (неологізми, меми, цитати, пости) для подальшого обговорення
- Підготовка презентацій, інфографік, цифрових колажів на мовні теми

Участь в організації та проведенні свят, лінійок і тематичних заходів

- Написання сценаріїв мовно-літературних свят з елементами цифрової комунікації
- Підготовка відеопривітань, буктрейлерів, сторіз до Дня української писемності, Шевченківських днів, Дня рідної мови
- Ведення шкільних заходів, створення афіш, постів для соцмереж школи

Проектна діяльність

- Створення власного блогу або мовного каналу (YouTube, Telegram, Instagram)
- Проведення дослідження «Мова в соцмережах: норми і порушення»
- Розробка мінісловника інтернет-неологізмів або цифрової етики

Дискусійна та дебатна діяльність

- Проведення онлайн-дискусій на теми культури мовлення, мови ворожнечі, мовної толерантності
- Аргументоване обговорення мовних явищ у цифровому середовищі
- Моделювання ситуацій комунікації в чатах, форумах, коментарях

Творча діяльність

- Написання постів, рецензій, есе, сторіз, мемів українською мовою
- Створення буктрейлерів, подкастів, цифрових щоденників літературних героїв
- Участь у мовних челенджах, флешмобах, конкурсах цифрового письма

Презентаційна діяльність

- Публічне представлення результатів пошукової роботи, проєктів, творчих завдань

- Створення мультимедійних презентацій, відеооглядів, доповідей

Актуальність програми мовно-літературного гуртка «Мова в цифровому світі»

У сучасному інформаційному суспільстві, де цифрові технології стали невід'ємною частиною повсякденного життя, особливої ваги набуває питання формування мовної та комунікативної компетентності учнів у контексті інтернет-комунікації. Школярі щоденно взаємодіють із текстами в соціальних мережах, месенджерах, блогах, відеоплатформах, проте часто роблять це інтуїтивно, без усвідомлення мовних норм, стилістичних особливостей чи етичних принципів спілкування. Саме тому виникає потреба в освітньому середовищі, яке не лише навчає грамотного письма, а й формує критичне мислення, медіаграмотність, культуру мовлення в цифровому просторі.

Програма мовно-літературного гуртка, орієнтована на інтеграцію елементів інтернет-комунікації, відповідає ключовим завданням Нової української школи, зокрема — розвитку наскрізних компетентностей, таких як уміння вчитися впродовж життя, ефективного спілкування державною мовою, соціальна та громадянська активність. Вона дозволяє поєднати традиційні форми роботи з інноваційними підходами: аналіз цифрових текстів, створення блогів, подкастів, сторіз, участь у мовних челенджах, дискусіях, творчих проєктах.

Актуальність програми також зумовлена потребою у формуванні етичної поведінки в онлайн-середовищі, протидії мові ворожнечі, розвитку толерантності та відповідальності за власне слово. Гурткова діяльність у цьому напрямі сприяє глибшому усвідомленню ролі мови як інструмента не лише комунікації, а й впливу, самовираження, творення соціального простору.

Педагогічні умови реалізації програми мовно-літературного гуртка

В основі гурткової роботи лежить принцип добровільності.

Основними педагогічними принципами, що забезпечують реалізацію програми, є такі:

- облік вікових та індивідуальних особливостей кожної дитини;

- доброзичливий психологічний клімат на занятті;
- оптимальне поєднання форм діяльності;
- доступність.

Навчання за програмою здійснюється у вигляді теоретичних і практичних занять з учнями. Заняття можуть проводитися в різних формах: огляди поетичних новинок і звіти про прочитані книги, робота в групах, дискусії, бесіди, вікторини, зустрічі з поетами, конкурси, літературні вечори. Результатом діяльності є практичні роботи, виступи, свята, видання літературних альманахів.

Використовуються наступні педагогічні технології: проблемне, розвиваюче навчання, ігрові, особистісно-орієнтовані, інтеграційні, інформаційно-комп'ютерні технології.

Програма містить різний рівень складності матеріалу, що вивчається, це дозволить знайти оптимальний варіант роботи з тією або іншою групою студійців. Ця програма є програмою відкритого типу, тобто відкрита для розширення, певних змін з урахуванням конкретних педагогічних завдань, запитів дітей.

Очікувані результати реалізації програми гуртка:

- зростання пізнавальної, мовної та творчої активності учнів у процесі роботи з цифровими текстами та інтернет-комунікацією;
- збільшення кількості школярів, залучених до творчої, дослідницької та проєктної діяльності в межах цифрового мовного середовища;
- формування естетичного, креативного підходу до створення та оформлення мовних продуктів (пости, сторіз, буктрейлери, подкасти, презентації);
- розвиток спостережливості, зорової пам'яті, уяви, асоціативного та критичного мислення через аналіз і створення цифрових текстів;
- підвищення рівня мовної грамотності, комунікативних умінь і навичок у сфері сучасної української мови, літератури, медіакультури та цифрової етики.

Оцінка результативності діяльності гуртка

Підсумки роботи гуртка підводяться через участь учнів у публічних і цифрових формах презентації власних напрацювань. Організуються публічні читання авторських текстів (есе, постів, рецензій, блогів), виступи на загальношкільних заходах, тематичних лінійках, мовно-літературних святах. Значну увагу приділено участі гуртківців у конкурсах творчого письма, медіапроектів, цифрових презентацій, а також у мовних челенджах і флешмобах.

Результати роботи можуть бути представлені у вигляді цифрових продуктів — буктрейлерів, подкастів, сторіз, відеозвернень, які публікуються на шкільних онлайн-ресурсах або в соціальних мережах. За можливості здійснюється друк окремих матеріалів у шкільній пресі, випуск електронного альманаху або мовного дайджесту, що містить найкращі творчі роботи студійців.

Такі форми оцінювання сприяють не лише фіксації досягнень учнів, а й мотивації до подальшого самовираження, розвитку мовної грамотності та активної участі в культурному житті школи й цифрового простору.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

№	Розділ, тема	Кількість годин	Теоретичні	Практичні
1	Вступне заняття. Мова в цифровому світі	2	1	1
2	Що таке інтернет-комунікація?	2	1	1
3	Мовні стилі в соцмережах	4	2	2
4	Етикет онлайн-спілкування	4	2	2
5	Як створити грамотний пост	4	2	2
6	Коментар як жанр мовлення	2	1	1
7	Мовні порушення в цифровому середовищі	4	2	2

8	Цифрова етика: мова ворожнечі та толерантність	4	2	2
9	Слово і візуал: як поєднати	4	2	2
10	Хештеги, емодзі, меми: нові знаки мови	4	2	2
11	Блог, сторіз, рецензія: жанри цифрового письма	4	2	2
12	Буктрейлер як форма літературної презентації	4	2	2
13	Подкаст українською: як створити і проаналізувати	4	2	2
14	Мовний челендж: говоримо українською онлайн	4	2	2
15	Неологізми і сленг у цифровому просторі	4	2	2
16	Як аргументувати свою думку в коментарі	4	2	2
17	Цифровий щоденник літературного героя	4	2	2
18	Мовна грамотність у месенджерах і чатах	4	2	2
19	Як створити власний мовний блог	4	2	2
20	Мова і маніпуляція: як розпізнати вплив	4	2	2
21	Мовна безпека в інтернеті	2	1	1
22	Аналіз текстів з соцмереж: стилістика і зміст	4	2	2
23	Цифрова грамотність: як шукати і перевіряти	2	1	1

	інформацію			
24	Створення інфографіки на мовну тему	4	2	2
25	Візуальна поезія: слово і образ	2	1	1
26	Мова і культура в цифровому просторі	4	2	2
27	Презентація власних проєктів	4	2	2
28	Підготовка до участі в конкурсах	4	2	2
29	Участь у шкільних заходах: мовні виступи, відеозвернення	4	2	2
30	Створення електронного альманаху	4	2	2
31	Мовна рефлексія: як оцінити власний текст	4	2	2
32	Дискусія онлайн: як вести аргументовану розмову	4	2	2
33	Мовні ігри в цифровому форматі	4	2	2
34	Мовна творчість у форматі сторіз	4	2	2
35	Підготовка до підсумкової презентації	4	2	2
36	Підсумкове заняття	2	1	1

Разом: 144 годин – теоретичних: 70, практичних: 74.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

1. Вступне заняття (2 год) Роль української мови в сучасному цифровому суспільстві. Ознайомлення з метою, завданнями та структурою гуртка.

Обговорення актуальності інтернет-комунікації для мовного розвитку. Організаційні питання. Практична робота: знайомство учасників через створення коротких цифрових самопрезентацій (у форматі посту, сторіз або блогу). Дидактична гра: «Мовне селфі» – складання речень, які описують себе через мову.

2. Що таке інтернет-комунікація? (2 год) Поняття інтернет-комунікації, її особливості, жанри та мовні формати. Види цифрових текстів: пост, коментар, сторіз, мем, рецензія. Розгляд функцій мови в онлайн-середовищі: інформативна, експресивна, апелятивна. Практична робота: класифікація прикладів цифрових текстів за жанрами. Вправа: «Розпізнай стиль» – аналіз стилістичних ознак постів із соцмереж.

3. Мовні стилі в соцмережах (4 год) Ознаки публіцистичного, розмовного, художнього стилів у цифровому просторі. Стилiстичні маркери: емоційність, експресивність, риторичні запитання, неологізми. Порівняння стилів у традиційних і цифрових текстах. Практична робота: створення посту в різних стилях на одну тему. Вправа: «Стилiстичне перевтілення» – переробка офіційного повідомлення у формат сторіз або блогу.

4. Етикет онлайн-спілкування (4 год) Культура мовлення в інтернеті. Правила ввічливого спілкування в коментарях, чатах, форумах. Поняття цифрової етики: уникнення мови ворожнечі, тролінгу, агресії. Практична робота: аналіз прикладів порушення етикету, редагування коментарів. Вправа: «Напиши по-людськи» – формулювання ввічливих відповідей у суперечливих ситуаціях.

5. Як створити грамотний пост (4 год) Структура посту: заголовок, основна думка, аргументи, висновок. Мовні засоби виразності: метафори, порівняння, епітети, цитати. Орфографічна та пунктуаційна грамотність у цифровому тексті. Практична робота: написання посту на актуальну тему з дотриманням мовних норм. Вправа: «Редактор стрічки» – виправлення помилок у зразках постів.

6. Коментар як жанр мовлення (2 год) Коментар як форма реакції, оцінки, аргументації. Типи коментарів: емоційні, аналітичні, критичні, підтримувальні. Мовні особливості: лаконічність, логічність, етикетність. Практична робота: написання коментарів до літературної цитати, новини, відео. Вправа: «Коментар з позицією» – аргументоване висловлення думки у відповідь на пост.

7. Мовні порушення в цифровому середовищі (4 год) Типові помилки в інтернет-комунікації: орфографічні, пунктуаційні, стилістичні. Причини порушення мовних норм у соцмережах, чатах, блогах. Розрізнення мовної недбалості та стилістичних прийомів. Практична робота: редагування прикладів коментарів, постів, повідомлень. Вправа: «Мовний рятівник» – виправлення помилок у цифрових текстах, пояснення змін.

8. Цифрова етика: мова ворожнечі та толерантність (4 год) Поняття мови ворожнечі, її ознаки та наслідки. Етичні принципи онлайн-спілкування. Толерантність, повага до думки іншого, уникнення агресії в коментарях. Практична робота: аналіз прикладів порушення етики, формулювання коректних альтернатив. Вправа: «Слово, що об'єднує» – створення коментарів, що підтримують діалог і порозуміння.

9. Слово і візуал: як поєднати (4 год) Взаємодія тексту і зображення в цифровому просторі. Роль шрифтів, кольорів, емодзі, фото в передачі змісту. Мовна виразність у поєднанні з візуальними елементами. Практична робота: створення сторіз, постів, мемів з урахуванням мовної та візуальної гармонії. Вправа: «Візуальна метафора» – добір зображення до тексту і навпаки.

10. Хештеги, емодзі, меми: нові знаки мови (4 год) Семантика хештегів, роль емодзі як невербальних знаків, меми як форма комунікації. Мовна економія, емоційне забарвлення, культурні коди. Практична робота: аналіз популярних мемів, створення власних мовних хештегів. Вправа: «Переклади мем» – пояснення змісту та стилістики візуально-вербального тексту.

11. Блог, сторіз, рецензія: жанри цифрового письма (4 год) Ознаки жанрів: структура, стиль, мета, мовні засоби. Порівняння з традиційними

жанрами: есе, замітка, відгук. Практична робота: написання короткого блогу або рецензії на подкаст, книгу, відео. Вправа: «Сторіз-есе» – створення серії коротких повідомлень з єдиною темою.

12. Буктрейлер як форма літературної презентації (4 год) Поняття буктрейлера, його структура, функції, мовна специфіка. Використання цитат, описів, емоційних звернень у презентації твору. Практична робота: створення сценарію буктрейлера до прочитаного твору. Вправа: «Книга в кадрі» – добір слів і образів для візуального представлення літературного тексту.

13. Подкаст українською: як створити і проаналізувати (4 год) Ознайомлення з жанром подкасту: структура, мовна подача, інтонаційна виразність. Типи подкастів: інформаційні, літературні, дискусійні. Аналіз мовних засобів у фрагментах українських подкастів. Практична робота: створення сценарію подкасту на мовну або літературну тему. Вправа: «Голос слова» – запис короткого аудіофрагмента з дотриманням мовної виразності.

14. Мовний челендж: говоримо українською онлайн (4 год) Поняття мовного челенджу як форми активного мовлення. Створення щоденних завдань: нове слово, цитата, фразеологізм, мініесе. Розміщення результатів у класній онлайн-групі або блозі. Практична робота: участь у челенджі, обговорення найцікавіших дописів. Вправа: «Слово дня» – добір і пояснення актуального українського слова.

15. Неологізми і сленг у цифровому просторі (4 год) Поняття неологізму, джерела виникнення нових слів. Інтернет-сленг, аббревіатури, трансформація значень. Аналіз доречності використання неологізмів у різних стилях. Практична робота: складання мінісловника сучасних цифрових термінів. Вправа: «Слово майбутнього» – створення власного неологізму з поясненням.

16. Як аргументувати свою думку в коментарі (4 год) Структура аргументованого висловлювання: теза, аргумент, приклад, висновок. Мовні засоби переконання: логічні зв'язки, риторичні прийоми, етикет. Практична робота: написання коментарів до постів, цитат, новин з аргументацією. Вправа:

«Коментар з позицією» – формулювання власної думки у відповідь на суперечливе твердження.

17. Цифровий щоденник літературного героя (4 год) Моделювання мовлення літературного персонажа в сучасному форматі. Створення блогу, сторіз, постів від імені героя твору. Практична робота: написання щоденникових записів, коментарів, реакцій на події твору. Вправа: «Герой онлайн» – уявна переписка між персонажами у форматі месенджера.

18. Мовна грамотність у месенджерах і чатах (4 год) Особливості спілкування в чатах: лаконічність, емоційність, швидкість. Типові мовні скорочення, порушення норм, стилістичні прийоми. Практична робота: редагування чат-повідомлень, створення етикетних відповідей. Вправа: «Чат-культура» – моделювання ситуацій спілкування з дотриманням мовної грамотності.

19. Як створити власний мовний блог (4 год) Ознайомлення з поняттям блогу як жанру цифрового письма. Структура блогу: заголовок, вступ, основна частина, висновок. Мовні засоби самовираження, стилістична виразність, дотримання норм. Практична робота: створення першого допису для мовного блогу. Вправа: «Блог-портрет» – написання тексту про себе у форматі блогу.

20. Мова і маніпуляція: як розпізнати вплив (4 год) Ознаки маніпулятивного мовлення: перебільшення, емоційний тиск, приховані оцінки. Роль мови в рекламі, новинах, соцмережах. Практична робота: аналіз прикладів маніпуляцій у цифрових текстах. Вправа: «Знайди пастку» – виявлення мовних прийомів впливу.

21. Мовна безпека в інтернеті (2 год) Поняття мовної безпеки: захист від фейків, агресії, мовного тиску. Рекомендації щодо безпечного мовлення в мережі. Практична робота: створення пам'ятки «Як спілкуватися безпечно». Вправа: «Мовний щит» – добір фраз для захисту власної позиції.

22. Аналіз текстів з соцмереж: стилістика і зміст (4 год) Вивчення стилістичних особливостей постів, коментарів, сторіз. Розпізнавання стилю, мети, емоційного забарвлення. Практична робота: аналіз добірки цифрових

текстів, визначення їх жанру. Вправа: «Стиль у стрічці» – класифікація постів за стилем і змістом.

23. Цифрова грамотність: як шукати і перевіряти інформацію (2 год)

Навички пошуку достовірної інформації в інтернеті. Критерії оцінки джерел, розпізнавання фейків. Практична робота: порівняння інформації з різних джерел. Вправа: «Факт чи фейк?» – перевірка новин на достовірність.

24. Створення інфографіки на мовну тему (4 год) Поняття інфографіки, її структура, функції. Поєднання тексту, цифр, візуальних елементів. Практична робота: створення інфографіки на тему «Мовні стилі» або «Цифрова етика». Вправа: «Слово в схемі» – перетворення тексту на візуальну структуру.

25. Візуальна поезія: слово і образ (2 год) Ознайомлення з поняттям візуальної поезії – поєднання тексту і графіки. Роль розміщення слів, шрифтів, кольорів у створенні емоційного ефекту. Аналіз прикладів української візуальної поезії. Практична робота: створення власного візуального вірша або цитатної композиції. Вправа: «Поезія в кадрі» – добір образу до поетичного тексту.

26. Мова і культура в цифровому просторі (4 год) Взаємозв'язок мови і культурної ідентичності в інтернеті. Роль української мови в цифрових ініціативах, блогах, медіа. Аналіз мовного контенту, що популяризує українську культуру. Практична робота: створення посту або сторіз, присвяченого культурному явищу. Вправа: «Цифрова спадщина» – добір слів, що репрезентують українську культуру.

27. Презентація власних проєктів (4 год) Підготовка до публічного представлення результатів гурткової роботи. Оформлення текстів, візуалізація, мовна грамотність. Практична робота: репетиція виступів, редагування матеріалів. Вправа: «Мовний дизайнер» – оформлення слайдів, афіш, дописів для презентації.

28. Підготовка до участі в конкурсах (4 год) Ознайомлення з умовами мовних і літературних конкурсів. Розробка ідей, написання текстів, оформлення

заявок. Практична робота: створення конкурсного твору (есе, блог, відео). Вправа: «Творчий старт» – добір теми, планування структури, редагування.

29. Участь у шкільних заходах: мовні виступи, відеозвернення (4 год)

Підготовка мовного контенту для свят, лінійок, презентацій. Створення відеозвернень, сценаріїв, вітальних постів. Практична робота: запис відео, репетиція виступів, оформлення матеріалів. Вправа: «Слово на сцені» – добір фраз для публічного мовлення.

30. Створення електронного альманаху (4 год) Ознайомлення з поняттям альманаху, його структурою. Добір найкращих робіт гуртківців: блогів, постів, рецензій, сторіз. Практична робота: редагування, оформлення, підготовка до публікації. Вправа: «Мовна вітрина» – створення вступного слова, заголовків, рубрик.

31. Мовна рефлексія: як оцінити власний текст (4 год) Ознайомлення з поняттям рефлексії в мовній діяльності. Критерії оцінки тексту: зміст, структура, стилістика, грамотність, емоційність. Практична робота: самооцінка власних постів, блогів, коментарів. Вправа: «Мовне дзеркало» – аналіз сильних і слабких сторін власного висловлювання.

32. Дискусія онлайн: як вести аргументовану розмову (4 год) Ознаки конструктивної дискусії: логіка, повага, аргументи, контраргументи. Мовні формули для підтримки, заперечення, уточнення. Практична робота: моделювання онлайн-дискусії на актуальну тему. Вправа: «Слово проти слова» – формулювання позиції та відповідей у форматі коментарів.

33. Мовні ігри в цифровому форматі (4 год) Ознайомлення з мовними іграми: ребуси, кросворди, вікторини, челенджі. Інтерактивні платформи для мовної активності. Практична робота: створення власної мовної гри або вікторини. Вправа: «Гра слів» – участь у командному мовному змаганні.

34. Мовна творчість у форматі сторіз (4 год) Ознайомлення з форматом сторіз: короткий текст + візуал. Мовна лаконічність, емоційність, виразність. Практична робота: створення серії сторіз на літературну або мовну тему. Вправа: «Сторіз-персонаж» – уявна історія від імені літературного героя.

35. Підготовка до підсумкової презентації (4 год) Добір матеріалів, редагування, оформлення. Репетиція виступів, створення слайдів, афіш, відео. Практична робота: узагальнення результатів гурткової діяльності. Вправа: «Мовна вітрина» – оформлення підсумкової виставки або презентації.

36. Підсумкове заняття (2 год) Оцінка результатів роботи гуртка. Обговорення досягнень, вражень, пропозицій. Презентація найкращих робіт: блогів, постів, відео, сторіз. Практична частина: вручення сертифікатів, участь у мовному флешмобі. Вправа: «Слово на згадку» – написання короткого підсумкового висловлювання.

Прогнозований результат

Учні мають знати:

- зміст понять «мова», «функції мови», «інтернет-комунікація», «цифрова етика», «мова ворожнечі»;
- основні стилі та жанри мовлення в цифровому середовищі (пост, коментар, блог, сторіз, рецензія, подкаст, мем);
- правила мовного етикету в онлайн-спілкуванні;
- ознаки маніпулятивного мовлення, способи його розпізнавання;
- основи текстотворення в цифровому форматі: структура, логіка, стилістика;
- базові поняття з лексикології, словотвору, синтаксису, орфографії, пунктуації — у контексті цифрових текстів;
- значення понять «лексична норма», «граматична норма», «неологізм», «сленг», «мем», «хештег», «емодзі», «візуальна поезія»;
- принципи створення мультимедійного контенту українською мовою;
- основи культури спілкування в цифровому просторі;
- правила ведення аргументованого діалогу та виголошення повідомлення в онлайн-форматі;
- особливості організації дослідницької та проєктної роботи в межах мовної тематики.

Учні мають уміти:

- створювати власні цифрові тексти (пости, коментарі, блоги, сторіз, рецензії, буктрейлери, подкасти) з дотриманням мовних норм;
- редагувати цифрові тексти, виявляти і виправляти орфографічні, пунктуаційні, стилістичні помилки;
- аргументовано висловлювати думку в коментарях, дискусіях, есе;
- аналізувати мовні особливості текстів із соціальних мереж, блогів, форумів;
- працювати з різними видами словників, зокрема онлайн-ресурсами;
- виконувати творчі, ігрові, пошукові завдання — індивідуально, в групі, у форматі челенджу чи проєкту;
- складати висловлювання різних стилів і жанрів, адаптовані до цифрового середовища;
- уявляти словесно описані явища, фантазувати, створювати мовні образи;
- формувати проблеми, добирати аргументи, прогнозувати розвиток мовних явищ;
- переносити набуті знання у нові комунікативні ситуації;
- планувати й реалізовувати дослідницьку роботу, оцінювати її результати;
- систематизувати, узагальнювати, конкретизувати мовні поняття;
- презентувати власні мовні продукти — усно, письмово, візуально, аудіально;
- виголошувати повідомлення в публічному та цифровому форматі.

ОРІЄНТОВНИЙ ПЕРЕЛІК ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ ГУРТКА

Обладнання	Кількість, шт
<i>Апаратура</i>	
Комп'ютер	За потребою
Принтер	1
Мультимедійний проектор	1
Мультимедійна дошка	1
Сканер	1

Копіювальний апарат	1
Накопичувач USB Flash-drive	За потребою
<i>Канцелярське приладдя</i>	
Ватман А-1	30 аркушів
Папір друкарський	За потребою
Ручки кулькові	За потребою
Олівці креслярські	За потребою
Фломастери	За потребою
Ножиці	За потребою
Гумка	За потребою
Клей	За потребою
Скріпки, кнопки	За потребою
Папки	За потребою
CD-DVD-диски	За потребою

Список рекомендованої літератури:

1. EdEra: освітня платформа. URL.: <https://www.ed-era.com>
2. IREX Україна. Медіаграмотність: як не стати жертвою маніпуляцій. Київ : IREX, 2021. URL: <https://irex.org.ua>
3. Вдовиченко Г. С. Як писати цікаво: поради для юних авторів. — Львів : Видавництво Старого Лева, 2021. 96 с.
4. Луцевська О. В. Творче письмо для дітей і підлітків. Київ : Академія, 2020. 128 с.
5. Освіторія. URL: <https://osvitoria.media>.
6. Пономаренко О. В. Медіаграмотність у школі: практичний посібник. Київ : Центр освітніх ініціатив, 2020. 112 с.
7. Пономарів О. Д. Культура слова: мовностилістичні поради. Київ : Либідь, 2001. 240 с.
8. Сербенська О. А. Стилїстика української мови. Львів : Світ, 2003. 432 с.
9. Словник української мови онлайн. URL: <https://sum.in.ua>.
10. Словник української мови: в 20 т. Київ : Наукова думка, 1970–1980. Т. 1–20.
11. Словники української мови онлайн. URL: <https://r2u.org.ua>
12. Фарїон І. Д. Мовна норма: збереження і розвиток. Львів : Апріорі, 2019. 296 с.