

Міністерство освіти і науки України  
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника  
Факультет філології

Кафедра української мови

## **ДИПЛОМНА РОБОТА**

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти  
на тему «Особливості діалогу та полілогу в сучасному соціальному медійному  
просторі»

Виконала: студентка II курсу,  
групи УМЛф-21м  
спеціальності 035 Філологія.  
035.01 Українська мова та література  
Каратник Д. І.

Керівник – доктор філологічних наук,  
професор Барчук В. М.

Рецензент – кандидат філологічних наук,  
доцент Процюк Л. Б.

Івано-Франківськ – 2023 р.

## АНОТАЦІЯ

**Каратник Д.І. Особливості діалогу та полілогу в сучасному соціальному медійному просторі. Івано-Франківськ, 2023.**

У дипломній роботі представлено комплексне дослідження діалогів та полілогів як засобу комунікації у медіахостингу Youtube. На основі дослідження діалогу та полілогу як форми комунікації розкрито відмінності діалогу та полілогу в інтернеті та вплив медіа на сучасне публічне мовлення; виокремлено основні засоби мовного етикету в діалогах та полілогах; охарактеризовано особливості нікнеймів учасників онлайн-комунікації.

Здійснено лексико-граматичну класифікацію типових помилок у полілогах і діалогах у відгуках під публікаціями відомих журналістів та громадських діячів на резонансні теми в медіахостингу Youtube 2022-2023рр.

*Ключові слова:* діалог, полілог, Youtube, учасники діалогу та полілогу, коментарі, публікації.

## ABSTRACT

**Karatnyk D.I. Peculiarities of dialogue and polylogue in the modern social media space. Ivano-Frankivsk, 2023.**

The thesis presents a comprehensive study of dialogues and polylogues as a means of communication in media hosting YouTube. Based on the study of dialogue and polylogue as a form of communication, the differences between dialogue and polylogue on the Internet and the influence of the media on modern public broadcasting are revealed; the main means of language etiquette in dialogues and polylogues are singled out; the peculiarities of the nicknames of the participants of online communication are characterized.

A lexical-semantic classification of typical lexical and grammatical errors in polylogues and dialogues in responses to the publications of well-known journalists and public figures on high-profile topics in media hosting YouTube 2022-2023 was carried out.

*Keywords:* dialogue, polylogue, Youtube, dialogue and polylogue participants, comments, publications.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	<b>4</b>
<b>РОЗДІЛ I. Діалог та полілог як форма комунікації</b> .....	<b>8</b>
1.1. Вплив медіа на сучасне публічне мовлення.....	8
1.2. Особливості діалогу та полілогу в Інтернеті.....	20
Висновки до розділу I.....	32
<b>РОЗДІЛ II. Діалог та полілог в сучасній інтернет-комунікації: структура та лексико-граматичні особливості</b> .....	<b>34</b>
2.1. Звертання, нікнейми, емодзі як маркери діалогу та полілогу в сучасній онлайн-комунікації.....	34
2.2. Лексичні особливості діалогу та полілогу.....	42
2.3. Правописні особливості діалогу та полілогу.....	53
Висновки до розділу II.....	57
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	<b>60</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	<b>64</b>

## ВСТУП

У цифрову епоху комунікація стала важливою для сучасного життя. Завдяки технологіям і прогресу в комунікаційних технологіях людське спілкування перейшло від фізичного до переважно онлайн-ового. Від сторінок у соціальних мережах та інтернет-ресурсів до онлайн-форумів і чатів – люди ведуть розмови віртуально. Хоча спілкування в Інтернеті має багато переваг, воно також може призвести до негативних взаємодій, таких як деструктивні практики спілкування. Техніки модерації були створені для забезпечення конструктивної та продуктивної взаємодії. Цей аспект комунікації вимагає додаткової уваги дослідників, психологів і педагогів, які досліджують нюанси людської взаємодії в цифровому світі. Розвиток і поширення

Інтернет-технологій мали значний вплив на багато аспектів повсякденного життя, включаючи спілкування, і це особливо вірно у сфері професійного спілкування. Крім того, унікальні особливості спілкування в Інтернеті, такі як анонімність, деперсоналізація та опосередкованість за допомогою технічних засобів, можуть впливати на використовувані мовні засоби.

У межах дослідження Інтернет-комунікації відзначилися такі вчені, як Д. Крістал, Ф. Бацевич, О. Галічкіна, О. Горошко, С. Матвеева, С. Данилюк, А. Білоус, С. Каленюк, Ю. Воробей, Ю. Данько, В. Каптюрова, А. Мауранен, М. Уцтосун та І. Ертен, Е. Тароне, З. Дорньє та М. Скотт. та ін. Особливості полілогу по-різному аналізують М. Титаренко, Є. Цимбаленко, В. Каптюрова, Ю. Половинчак, О. Драгун, Л. Назарова, О. Селіванова, Е. Яковлєва та інші.

У результаті лінгвісти та дослідники досягли значних успіхів у вивченні Інтернет-комунікації, зокрема в українському контексті, однак, незважаючи на досягнутий прогрес, залишається значний простір для подальшого вивчення тонкощів і нюансів різних форм Інтернет-комунікації, включаючи традиційний, але такий різноманітний як діалог і полілог.

**Актуальність теми** дослідження зумовлена тим, що інтернет-комунікація сьогодні стала чи не найбільш поширеною формою спілкування.

Активними є процес творення нових різновидів комунікації, характерних ознак медійного віртуального дискурсу, що виявлені на всіх рівнях мовної системи. Особливості мовного матеріалу, представленого в інтернет-мережі, вимагають глибшого та всебічного дослідження мовних ознак. Особливий інтерес представляють форми інтернет-комунікації, зокрема такі традиційні як діалог та полілог, що виявляють структурні, лексико-граматичні та прагматико-комунікативні ознаки.

**Метою** наукової роботи є комплексне дослідження діалогу та полілогу як форми онлайн-комунікації під публікаціями відомих журналістів та активних громадських діячів у медіахостингу Youtube.

Для досягнення поставленої мети потрібно виконати такі **завдання**:

- подати загальну характеристику діалогу та полілогу як форми комунікації;
- вказати на відмінності діалогу та полілогу в інтернеті;
- з'ясувати як впливає медіа на сучасне публічне мовлення;
- охарактеризувати звертання, нікнейми, емодзі як додаткових засобів в онлайн-комунікації;
- виявити та описати лексико-граматичні особливості діалогів та полілогів на матеріалі медіахостингу Youtube;

**Об'єктом** дослідження є полілоги та діалоги, які виникають у коментарях під публікаціями в медіахостингу Youtube.

**Предметом** вивчення лексико-граматичні особливості діалогу та полілогу як засобу онлайн-комунікації.

**Матеріалом** дослідження стали відгуки на резонансні політичні теми, виявлені в медіахостингу Youtube за 2022-2023рр.

**Методи** дослідження. Для досягнення мети та розв'язання завдань дослідження було використано комплекс загальнонаукових та лінгвістичних методів, що обумовлювали взаємодію використання один одного, взаємодоповнювалися й забезпечували можливість різнобічного вивчення предмета й об'єкта дослідження.

У комплексі було застосовано такі загальнонаукові методи: аналіз лінгвістичних наукових джерел, матеріалів з інтернет-джерел для з'ясування розробленості проблеми, визначення основних категорій дослідження та напрямів наукового пошуку. Також були застосовані спеціальні лінгвістичні методи: структурний метод – для дослідження діалогу та полілогу як онлайн-комунікації та впливу медіа на публічне мовлення, на основі застосування методики аналізу за безпосередніми мовними складниками, описовий; за допомоги якого вдалося проаналізувати лексико-граматичні особливості діалогів та полілогів в інтернет-комунікації, за допомогою коментарів учасників політичної дискусії під резонансними відео сучасних відомих журналістів та громадських діячів.

**Наукова новизна** дослідження полягає в різнобічному аналізі діалогів та полілогів, які використовуються в коментарях під публікаціями українськомовних каналів у медіахостингу Youtube 2022-2023рр., які ще не були об'єктом мовознавчого аналізу в цьому ракурсі. Для дослідження було використано чимало Youtube-каналів, які є популярними в теперішній час, адже всі пов'язані з політикою.

**Теоретичне значення** кваліфікаційної роботи полягає в поглибленні аналізу лексико-граматичних і структурно-семантичних особливостей використання діалогів та полілогів у коментарях сучасних суспільно-політичних діячів у медіахостингу Youtube .

**Практичне значення** отриманих результатів визначається можливістю їхнього використання під час читання курсу лексикології, різноманітних спецкурсів, для студентів спеціальностей «Філологія» та «Журналістика». Можна використати матеріали дослідження для підготовки наукових виступів чи проведення інших наукових студій.

**Апробація результатів роботи.** Результати дослідження було апробовано в статті «Звертання як засоби мовного етикету в діалогах та полілогах у сучасному суспільному мовленні(на матеріалі Youtube)», опублікованій у виданні «Студентський філологічний вісник. Серія :

Мовознавство. Літературознавство» за ред. В. В. Грещука ( вип. 6, Івано-Франківськ: Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2023).

**Структура роботи.** Магістерська складається зі вступу, двох розділів, висновків і списку використаної літератури. Загальний обсяг наукового дослідження становить 70 сторінок.

## РОЗДІЛ І

### ДІАЛОГ ТА ПОЛІЛОГ ЯК ФОРМА КОМУНІКАЦІЇ

#### 1.1. Роль і вплив медіа на сучасне публічне мовлення

Суспільне мовлення в Україні має багату історію, яка сягає початку ХХ століття. Перша громадська радіостанція в Україні була створена в 1924 році і мала назву Український радіокомітет. Ця станція в першу чергу слугувала засобом пропаганди радянської влади, транслювала українському населенню новини, музику та пропагандистські програми.

За часів Радянського Союзу суспільне мовлення в Україні зазнавало жорсткої цензури з боку радянської влади і використовувалося переважно як засіб пропаганди радянської пропаганди. Тим не менш, українські громадські радіо та телебачення відіграли значну роль у популяризації української культури та мови в цей час.

Після розпаду Радянського Союзу в 1991 році суспільне мовлення в Україні поступово ставало все більш незалежним і автономним. Національна радіокомпанія України була створена в 1993 році, і сьогодні вона управляє кількома національними та регіональними громадськими радіостанціями, а також кількома місцевими громадськими радіостанціями. Національна суспільна телерадіокомпанія України (НСТУ) була створена у 2016 році та управляє трьома національними суспільними телеканалами, а також кількома регіональними та місцевими суспільними телеканалами [24].

Після російського вторгнення в Україну в 2014 році суспільне мовлення в Україні зіткнулося зі значними проблемами, зокрема цензурою та втручанням з боку проросійських груп. Незважаючи на це, суспільне мовлення в Україні продовжує відігравати значну роль у популяризації української культури, просуванні суспільних і політичних реформ і просуванні демократичних принципів.

Загалом, історія суспільного мовлення в Україні тісно пов'язана з українською боротьбою за незалежність і демократію, і суспільне мовлення в Україні продовжує відігравати значну роль у популяризації української



культури, просуванні соціальних і політичних реформ і просуванні демократичних принципів. Варто зазначити, що розвиток і поширення суспільного мовлення в Україні все ще триває, і тривають зусилля для розширення доступу до суспільного мовлення в Україні. Війна в Україні в 2022 році створила значні проблеми для подальшої роботи суспільного мовлення, але незважаючи на це, суспільне мовлення в Україні відіграє значну роль у просуванні публічного дискурсу, сприянні соціальному та культурному різноманіттю та просуванні демократичних принципів [31 с.360-374].

Традиційним мовникам довелося адаптуватися до викликів, які постає через Інтернет, щоб залишатися актуальними та конкурентоспроможними. Радіо- та телевізійні компанії в Україні були змушені розробити онлайн-платформи, такі як веб-сайти та облікові записи в соціальних мережах, щоб охопити молодшу аудиторію, яка, швидше за все, споживатиме їхній контент онлайн. Інтернет-портали новин та інформації стають дедалі популярнішими в Україні, а веб-сайти забезпечують актуальне висвітлення новин. Соціальні медіа-платформи, такі як Facebook, Twitter та Instagram, також стали важливими інструментами для поширення новин та інформації в Україні, особливо під час соціальних і політичних заворушень [16;21].

Інтернет також дав можливість людям створювати та поширювати власний контент, наприклад, відео та подкасти, без використання традиційних ЗМІ. Це призвело до появи так званих громадянських журналістів, які використовують Інтернет для висвітлення подій і проблем, про які традиційні ЗМІ можуть не розповідати [24 с. 63-68].

Аналіз онлайн-коментарів може дати цінну інформацію про ставлення та думки користувачів щодо низки тем, зокрема політики, економіки та культури. Наприклад, користувачі можуть коментувати статті про поточні події, пропонуючи власні точки зору та ідеї, які можна проаналізувати, щоб краще зрозуміти громадську думку та залучення до конкретних проблем.

Наприклад, під час української революції 2014 року, яка призвела до відходу колишнього президента Віктора Януковича, онлайн-платформи

соціальних медіа відіграли значну роль в організації та мобілізації громадської підтримки революції. Аналіз онлайн-коментарів цього періоду також може дати цінну інформацію про динаміку революції та роль соціальних медіа в залученні та мобілізації громадської підтримки [15].

Нові медіа, які набули популярності на початку 21-го століття, зіграли ключову роль у появі нових акторів публічної політики, які діють на поєднанні онлайн- та офлайн-просторів. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій підвищив важливість нових медіа як набору платформ і публічного інструменту для політиків.

Наразі інтеграція онлайн-простору та публічного суспільно-політичного простору відбувається за допомогою таких веб-технологій, як блоги, відеоблоги, вікі-проекти, соціальні мережі, Web 2.0, платформи для професіоналів-дігератів, які дозволяють взаємодіяти онлайн-простору з соціально-політичними процесами у фізичному світі. Нові медіа — це загальний термін, який охоплює багато різних форм електронної комунікації, таких як веб-сайти, потокове аудіо та відео, інтерактивні чати, електронні листи, онлайн-спілкування, електронна реклама, DVD та CD-ROM, електронні віртуальні ігри, інтегровані бази даних, Інтернет-телефонія, цифрове мовлення та мобільний зв'язок [ 18].

Поява нікнеймів та емодзі в Інтернеті є результатом розвитку онлайн-спілкування та зростання соціальних медіа.

Нікнейм або псевдоніми — це онлайн- ідентифікатори, які користувачі використовують, щоб представити себе в Інтернеті. Псевдоніми можуть містити справжні імена, імена користувачів або навіть вигадані імена, створені користувачами, щоб представити себе в Інтернеті.

Емодзі — це невеликі барвисті цифрові зображення, які користувачі можуть використовувати, щоб додати емоцій та експресії своєму онлайн-спілкуванню. Емодзі широко використовуються на платформах соціальних мереж, де їх можна використовувати для додавання кольору та виразності письмовому спілкуванню, а також для доповнення візуального вмісту,

наприклад фотографій і відео.

І нікнейми, і емодзі розглядаються як важливі аспекти онлайн-спілкування, що дозволяє користувачам виражати свої особистості та емоції у спосіб, який є специфічним для цифрового середовища. Використання псевдонімів і емодзі широко поширене, і це можна побачити в різних онлайн-налаштуваннях, включаючи платформи соціальних мереж, чати та сайти онлайн-ігор. Дослідження показують, що люди, які використовують ці форми спілкування, можуть сприйматися іншими як більш доступні, дружні та привабливі. Крім того, використання емодзі пов'язується із збільшенням залученості та уваги до онлайн-контенту, а також із збільшенням емоційного вираження та зв'язку з іншими користувачами.

Звичайно, віртуальний характер онлайн-спілкування може дозволити людям висловлюватись вільніше та експериментувати з різними формами вираження. Наприклад, використання псевдонімів та емодзі в Інтернеті може дозволити людям передати тонкі емоції та нюанси, які можуть бути неможливими під час спілкування віч-на-віч [27].

Можливість спілкуватися за допомогою текстових платформ, таких як обмін миттєвими повідомленнями чи електронна пошта, може полегшити людям вільно висловлюватись без тиску негайної відповіді чи ризику переривання. Онлайн-спілкування також може розширити коло людей, з якими можна спілкуватися, дозволяючи ділитися та обмінюватись різноманітнішими поглядами та досвідом. Це може привести до глибшого розуміння та оцінки різних культур, походження та традицій, а також може допомогти створити більш толерантну спільноту.

Крім того, віртуальний характер онлайн-спілкування також може дозволити більш анонімні або напіванонімні форми вираження думок, які можуть надати людям свободу висловлюватись, не боячись особистих наслідків чи осуду. Це може бути особливо важливим для окремих осіб або спільнот, які можуть стикатися з дискримінацією або маргіналізацією у своєму повсякденному житті.

Проникнення медіа в повсякденну реальність настільки велике, що багато соціальних процесів неможливо розглядати без медійної складової, яка підтверджує статус суспільства як медіатизованого. Важливим питанням є визначення взаємодії суб'єктів на основі життєвих світів, які вони конструюють, і з'ясування того, як вони будують загальний світ життєвого досвіду, незважаючи на те, що вони перебувають у різних життєвих умовах.

Ендрю Шустерман запропонував «концепцію посередництва» для опису здатності індивідів ділити спільноту соціального часу, не поділяючи спільноту соціального простору. Він вважав, що соціальна взаємодія опосередковується через «третю сферу» життєвого світу, яка є подібною формою опосередкування соціальної взаємодії в кіберпросторі в Інтернеті. Технологічне посередництво, хоча воно «збільшує та прискорює» соціальну взаємодію, тільки електронні засоби надають людині можливість подолати дистанційний бар'єр для синхронного спілкування, з потенціалом розширити межі охоплення індивіда. Суспільні рухи, які виникають і розвиваються в мережі, можуть слугувати індикаторами соціально-політичних змін у країні, а соціальні мережі виступають платформами для нової публічної політики, де формується громадська думка, політичні цінності та соціальні очікування, а також діють як агенти соціальних змін.

Важливим питанням є визначення взаємодії суб'єктів на основі життєвих світів, які вони конструюють, і з'ясування того, як вони будують загальний світ життєвого досвіду, незважаючи на те, що вони перебувають у різних життєвих умовах. Ендрю Шустерман запропонував «концепцію посередництва» для опису здатності індивідів ділити спільноту соціального часу, не поділяючи спільноту соціального простору. Він вважав, що соціальна взаємодія опосередковується через «третю сферу» життєвого світу, яка є подібною формою опосередкування соціальної взаємодії в кіберпросторі в Інтернеті. Технологічне посередництво, хоча воно «збільшує та прискорює» соціальну взаємодію, тільки електронні засоби надають людині можливість подолати дистанційний бар'єр для синхронного спілкування, з потенціалом

розширити межі охоплення індивіда. Суспільні рухи, які виникають і розвиваються в мережі, можуть слугувати індикаторами соціально-політичних змін в країні, а соціальні мережі виступають платформами для нової публічної політики, де формується громадська думка, політичні цінності та соціальні очікування, а також діють як агенти соціальних змін.

Культура масового мовлення описує стандартний спосіб мовлення та спілкування, яким користується більшість людей, незалежно від соціального статусу чи ролі в громадському та повсякденному житті. Вплив мови на думки, поведінку та особистість у цілому тісно пов'язаний із засобами масової інформації. Дослідники стверджують, що мас-медіа, зокрема традиційні засоби масової інформації: радіо, телебачення та друковані видання, мають потужний вплив на культуру мовлення, оскільки вони насамперед покликані впливати на маси та спонукати до дії. Традиційні ЗМІ пропонують різноманітні теми для репортажів, включаючи соціальні, культурні, політичні, економічні та багато інших, оскільки інформаційний вимір охоплює всі сфери людської діяльності.

Засоби масової інформації є засобами передачі інформації, заповнюють дозвілля людей, впливають на всю систему їхнього мислення, на світосприйняття, на сучасну культуру. Кінцевим ефектом мас-медіа як системи комунікації має бути створення єдиного інформаційного простору, в якому члени суспільства можуть спілкуватися та взаємодіяти один з одним у структурований спосіб для участі в різноманітних соціальних заходах.

Сьогодні, у складний для України час, суспільне публічне мовлення в інтернеті надзвичайно важливе. Ефективний вплив здійснюють такі медіаресурси як телебачення, соціальні мережі, зокрема Youtube-канали відомих україномовних журналістів та громадських діячів на резонансні політичні теми, які хвилюють учасників діалогу та полілогу. Дані Youtube-канали вважаються найвпливовішими серед традиційних засобів масової інформації. вплив насамперед випливає з відмінних властивостей, зокрема:

- генерування та збереження інформації у великих масштабах, його глобальна популярність завдяки об'єднанню віртуальності та

реальності, а також наявність всебічної культури мовлення;

- домінуючий характер розваг, задоволення, відпочинку, компенсації та ескапізму в сучасному телевізійному дискурсі;
- створення та поширення специфічних культурних кодів;
- дивовижний аспект телевізійного дискурсу, що містить сугестивність, маніпуляцію та сугестивність;
- взаємовідносини між глядачами;

взаємозв'язок між впливом сучасної лінгвокультурної ситуації на культуру телевізійного діалогу та впливом телебачення на мовленнєву свідомість і культуру мовлення телеглядача.

Швидкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій докорінно змінив спосіб спілкування людей, навчання та доступу до інформації. У епоху цифрових технологій Інтернет став домінуючою платформою для спілкування, а соціальні медіа слугують основним засобом спілкування для багатьох людей. У результаті динаміка сучасної комунікації еволюціонувала, щоб відобразити характеристики соціальних медіа, а особливості комунікації в цьому контексті є унікальними та різноманітними. Маючи смартфон і підключення до Інтернету, кожен може отримати доступ до соціальних мереж і миттєво спілкуватися з іншими. Ця легкість доступу призвела до зростання комунікації в реальному часі, коли люди можуть відповідати на повідомлення, обмінюватися інформацією та миттєво брати участь у обговореннях. Це створило культуру постійної доступності та постійного спілкування, що може бути як корисним, так і шкідливим залежно від контексту. Іншою відмінною характеристикою спілкування в соціальних мережах є його публічний характер.

На відміну від традиційних форм спілкування, таких як телефонні дзвінки чи електронні листи, спілкування в соціальних мережах відбувається на публічному форумі. Цей публічний характер може бути як позитивним, так і негативним, оскільки він забезпечує більшу залученість і охоплення, але також відкриває людей для потенційної критики та перевірки.

Хоча Інтернет зробив зв'язок швидшим і доступнішим, він також створює потенційну вразливість до збоїв. У разі відключення електроенергії, Інтернету або збою сервера зв'язок може бути порушений, що призведе до плутанини, невизначеності та потенційної паніки. Крім того, використання технологій для зв'язку також викликає занепокоєння щодо конфіденційності, безпеки та спостереження, що є важливою проблемою в епоху великих даних і цільової реклами.

Нарешті, швидкий темп спілкування в епоху цифрових технологій призвів до короткої концентрації уваги та зниження критичного мислення. Оскільки у нас під рукою так багато інформації, ми звикли до миттєвої доступності та задоволення від спілкування.

Однак однією з найсуттєвіших особливостей сучасної комунікації є її потенціал дезінформації. Оскільки комунікація в соціальних мережах настільки широко поширена та так легко доступна, існує ризик того, що інформація, поширена на цих платформах, може бути неточною або вводити в оману. Крім того, легкість обміну інформацією в соціальних мережах створила культуру дезінформації, коли люди можуть ділитися інформацією, не перевіряючи її достовірність.

Важливо зазначити, що одним із головних викликів, з якими стикається суспільне мовлення під час складних соціальних випробувань в теперішній час - пов'язані з війною, а саме - поширення дезінформації.

Інтернет, на жаль, може бути джерелом дезінформації та важливо, щоб люди усвідомлювали можливість неправдивої або оманливої інформації і критично ставилися до споживання онлайн-контенту. Публічні комунікаційні платформи, соціальні мережі, веб сайти та ін. соціальні медіа, можуть використовуватися для поширення неправдивої інформації ворогом, тому люди повинні бути обережними щодо джерел інформації, яку вони споживають. Під час війни Інтернет також може бути обмежений або заблокований, що може обмежити доступ до інформації та зв'язку. Через це людям буде важко залишатися в курсі інформації та спілкуватися один з

одним, що особливо важливо в складних ситуаціях. Можливо, знадобиться використовувати альтернативні засоби зв'язку, такі як супутникові телефони або короткохвильове радіо, щоб зв'язатися з постраждалими громадами.

Поява величезної кількості англіцизмів у сучасній культурі мовлення сприяла втраті мовної унікальності.

Вплив мовної моди призводить до використання іншомовної лексики, особливо у сфері ЗМІ та реклами. Такі запозичення придатні лише тоді, коли в мові немає слів-еквівалентів. Інтенсивність таких запозичень пояснюється відкритістю споживчого ринку для товарів іноземного виробництва з іншомовними назвами [4;7].

З часом іншомовні слова стали невід'ємною частиною мас-медійного дискурсу. Типовими прикладами іншомовних запозичень в інформаційно-аналітичних програмах українського національного телебачення є: фейкові новини, ньюзмейкер, мем, розваги, чорний список, паркінг, коворкінг, драйв, девелопер, мейнстрім, кешбек, лізинг, стартап, кластер, бебі-бум, дедлайн. Крім того, дослідники виявили й інші іншомовні запозичення, як-от: бізнес-ланч, презентація, концепція, проект, перформанс, подія, фестиваль тощо[1].

Використання великої кількості англійських запозичень сприяло втраті мовної своєрідності в сучасній культурі мовлення, оскільки вони не викликають в україномовних людей жодних асоціативних образів[12]. Слова української мови, натомість, легко та інтуїтивно впізнавані носіями мови, викликають мережу асоціативних образів, які є частиною колективного культурного коду. Періодична преса, незважаючи на відсутність у неї таких переваг телебачення, як наявність зображення, все ж залишається важливим засобом масової інформації, що має значний потенціал впливу на читачів.

Вивчення мовленнєвої діяльності особи, а також висновки про її ширшу діяльність можна висвітлити через призму прагматичних характеристик як мовленнєвого твору, так і автора. На вплив друкованого слова на аудиторію впливає вибір засобів виразності, вибір змістової структури тексту з їх видовим і жанровим завданням, а також тривалість впливу друкованого слова



на аудиторію. Значних трансформацій також зазнає мова друкованих видань.

Надмірне використання шаблонної, канцелярської мови, проникнення вульгарної та фамільярної розмовної мови створюють перешкоди для вільного розвитку експресивних стилів сучасної української мови. Необґрунтоване використання іншомовної лексики також заважає чистоті української мови. Існує постійне протистояння між традиціоналістським і модерністським підходами до культури мовлення та її відображенням у дзеркалі масової культури[6].

З точки зору формальної визначеності, відбувається процес обміну, переміщення та дифузії надзвичайно різних за соціолінгвістичними якостями вербальних ресурсів, тобто літературної та розмовної мови.

Нові медіа створюють для користувачів особливі ролі під час спілкування, на які впливають потреба в самопрезентації, необхідність створення моделей уявної цільової аудиторії, добровільний вибір співрозмовника. На особливості спілкування впливають умови гри, зумовлені карнавальним характером, що призводить до мовних інновацій, перегляду мовних норм, соціальних обмежень. На емоційну насиченість спілкування впливає також ненасильницький характер спілкування.

Поява Інтернету призвела до нової ери в культурі спілкування з акцентом на соціальних мережах, які об'єднують людей з різних культур, об'єднуючи їх у глобальних екологічних, соціальних, економічних, політичних і культурних питаннях. Спілкування стає все більш демократичним і доступним для великої кількості людей різного походження, які проживають на різних континентах, завдяки ліквідації просторових і часових бар'єрів, викликаних активним розвитком транспорту. Ці явища сприяли формуванню глобального світогляду, розвитку глобального менталітету та зміні мови людей, які вбирають явища інших культур, популяризованих засобами глобальної комунікації.

Соціальні мережі стали фундаментом для формування нових культурних матриць віртуальної мережевої комунікації, які сьогодні стають базовими у

переформатуванні глобального соціокультурного ландшафту. Вони створюють віртуальні та комунікативні простори, де активно формуються та функціонують лінгвокультурні комунікаційні спільноти. На відміну від традиційних культур, заснованих на територіальній, національній чи релігійній єдності, інноваційні цифрові культури передусім визначаються технічними та комунікативними особливостями соціальних мереж.

Розвиток сучасного суспільства відбувається через вплив інформаційно-комунікаційних технологій, які формують обмін інформацією в процесі спілкування та способи побудови міжособистісних стосунків. Вони також трансформують увесь кіберпростір, де формується віртуальна ідентичність людини, відома як віртуальна мовна особистість.

Спілкування є ключовим аспектом людських стосунків, а обмін думками та ідеями є основним мотивом спілкування. Соціальні мережі, такі як LinkedIn, Facebook, Instagram і Google+, дозволяють користувачам створювати профілі, визначати список людей, з якими вони хочуть спілкуватися, і переглядати їхні облікові записи. На думку дослідників, наявність соціальних мереж є невід'ємною частиною людських стосунків, оскільки всі механізми соціальних мереж закладені в практиці спілкування. Соціальні мережі також можна розуміти як віртуальні, комунікативні, горизонтальні та самоорганізовані мережі, які не зв'язані інституційними чи іншими соціальними структурами.

Це розуміння узгоджується з теорією «мережевого суспільства», розробленою такими вченими, як Дж. ван Дейк, М. Кастельс, Б. Веллман та інші, які підкреслюють, що мережеві зв'язки стають важливішими, ніж зв'язки всередині інституційних структур. На думку німецького соціолога Н. Лумана, соціальну систему можна визначити як сукупність комунікацій, а просторові межі є відображенням внутрішніх систем для подолання складнощів себе та середовища[29 с 131- 138].

Соціальні мережі також формують нові типи культур, які відповідають теорії О. Шпенглера про те, що культуру можна визначити як певну єдину

стилістику. Ці комунікативні культури в соціальних мережах є автономними системами цінностей, які виникають на цифрових платформах мережеских каналів і наділені лінгвістичною та комунікативною специфікою, включаючи символічні інструменти публічної комунікації, норми мовленнєвої поведінки та способи презентації повідомлень, формати спілкування, мовленнєві стратегії і тактика, принципи самоорганізації та самовідтворення. Використання соціальних мереж визначається кількома загальними рисами.

До них належать посередництво цифровими технологіями, віртуальність, самопрезентація, інтерактивність, гіпертекстуальність (зв'язок пов'язаного вмісту), творчість і кореневість (складна мережа взаємопов'язаних відносин).

Медіатексти соціальних мереж схильні запозичувати українські слова, навіть якщо решта контенту написана англійською. Ці слова включають: «Google» (використання служби пошуку Google для пошуку інформації в Інтернеті), «історії» (мінізвіти в Instagram, які зникають через 24 години), «подобається» (кнопка в соціальних мережах, таких як Facebook). «селфі» (фото чи відео, зроблене користувачем, часто за допомогою телефону), «фолловер» (користувач, який стежить за стрічкою новин інших користувачів) і «мобільний застосунок» (програмне забезпечення, призначене для використання на мобільних пристроях наприклад смартфони або планшети).

Зараз запозичуються україномовні варіанти цих слів, як-от «уподобайкнути» (ставити лайк), «себенчик» (для селфі), «підписник» (для інтернет-дописувача) та «мобільний застосунок» (для програмного забезпечення для мобільних пристроїв). Такі зміни відображають зростання впливу соціальних мереж на суспільство та суспільну свідомість [14;18].

Ще одна поширена особливість взаємодії в соціальних мережах – використання аббревіатур, таких як «lol» і «brb». Ці аббревіатури часто використовуються для більш швидкої та ефективною передачі значення та є природним продовженням скорочення, яке використовувалося в письмовій комунікації протягом десятиліть. На додаток до цих графічних і буквено-

цифрових елементів у спілкуванні в соціальних мережах часто використовується сленг та інша неформальна мова.

Їх можна використовувати з різних причин, наприклад, щоб створити почуття приналежності чи ідентичності в групі, передати емоції чи тон або просто розважитися. Таке використання неформальної мови часто є відображенням більш випадкового та неформального характеру більшості взаємодій у соціальних мережах.

Нарешті, меми та інші форми вірусного контенту зазвичай діляться та обговорюють у соціальних мережах, причому деякі з них стають настільки популярними, що стають частиною культурного дискурсу через місяці чи навіть роки після їх виникнення[20;19]. Меми часто містять візуальні елементи, але також можуть містити текст, аудіо та інші форми медіа.

Використання суміші українських та англійських слів у соціальних мережах, зокрема в Інтернеті, стало більш природним для сучасного українського користувача. Вони можуть вільно говорити іншою мовою, і в деяких інтернет-спільнотах стає звичним явище, близьке до двомовності.

У полілогах та діалогах в інтернет-мережі офіційно- діловий стиль мало ймовірний, часто використовується стилістично- маркована лексика. Сленгізми, які раніше асоціювалися з молодіжним спілкуванням, тепер широко використовуються в Інтернеті як молоддю, так і людьми середнього віку, що свідчить про те, що вони втратили прив'язаність до молодіжного середовища лише в інтернет- просторі, а спілкування в соціальних мережах створює новий спосіб мовлення.

## **1.2. Особливості діалогу та полілогу в Інтернеті**

До того, як Інтернет став частиною нашого повсякденного життя, люди спілкувалися за допомогою простого особистого діалогу або за допомогою різних засобів масової інформації, зокрема журналів і газет. Коли відбувалися

дебати чи дискусії, то зазвичай вони проводилися на сторінках цих видань. Люди надсилали свої думки чи відгуки редактору, який публікував найцікавіші з них у журналі. У цих публікаціях люди могли висловлювати свої думки, сперечатися на різноманітні теми та спілкуватися з іншими, хто мав подібні погляди чи інтереси але така форма спілкування обмежувалася друкованими сторінками журналу і люди не могли брати участь у обговореннях у реальному часі з іншими людьми з усього світу або одразу бачити думки інших і відповідати на них. Поява Інтернету змінила спосіб спілкування людей, створивши платформу для миттєвого глобального спілкування [9 с 97-100].

Це призвело до розвитку онлайн- форумів, дошок оголошень і платформ соціальних мереж, де люди можуть обговорювати різні теми в режимі реального часу та спілкуватися з іншими з усього світу. Ці платформи дозволили людям висловлюватися новими та унікальними способами, від написання довгих статей і есе до висловлення своїх думок у кількох твітах чи коментарях.

Загалом, еволюція онлайн-комунікації справді революціонізувала спосіб спілкування людей і спілкування один з одним. У той час як доінтернетна ера характеризувалася більш традиційними формами діалогу та обговорення,

Інтернет відкрив цілий новий світ можливостей для спілкування людей і висловлювання

Інтернет — це глобальна комп'ютерна інформаційна мережа, яка набуває все більшого значення та впливу в соціальному, економічному, культурному та політичному житті.

Повсюдне проникнення Інтернет-культури та її трансформація з виключно інформаційного середовища в комунікативно- інформаційне призвело до детального вивчення цього феномену, а також розуміння його ролі в різних сферах людського спілкування.

В останні роки Інтернет відкрив практично необмежені можливості для міжособистісної та міжкультурної комунікації, розширюючи спектр

можливостей і відкриваючи нові виміри людського спілкування. Проте процес спілкування в Інтернеті має унікальні особливості, які зумовили поширення унікальних за своєю природою та функціонуванням жанрів.

Розуміння специфіки комунікації є надважливим, оскільки це не лише вид соціальних відносин, а й принцип організації соціального простору, який тісно пов'язаний із розумінням феномену інформації та інформаційних процесів у сучасному суспільстві. Остання соціальна динаміка призвела до зміни статусу, змісту та розуміння інформації, що ще більше підкреслило важливість вивчення Інтернету як засобу спілкування.

Інтернет-комунікація пропонує платформу для розгортання комп'ютерного дискурсу за допомогою різних засобів, таких як інтерактивність, соціальна відкритість і використання технічних засобів, таких як комп'ютери та телефони для передачі та отримання інформації. Такий вид комунікації є опосередкованим, оскільки здійснюється за допомогою комп'ютера, який виконує роль каналу передачі інформації.

Існують різні типи комп'ютерного спілкування, в тому числі реальне спілкування знайомих людей і віртуальне спілкування з незнайомими, віртуальними людьми, що здебільшого характерне для наукового Інтернет-спілкування.

Система поділяється на реальну комунікацію (спілкування між знайомими людьми) і віртуальну комунікацію (спілкування з невідомими, віртуальними людьми). Інтернет-спілкування можна розділити на два типи за способом контакту:

- усне ( спілкування за допомогою голосового модему).
- письмове (спілкування за допомогою комп'ютера).

За формою часу комп'ютерне спілкування можна розділити на два види:

- Короткострокове ( отримання листа по електронній пошті, передача інформації).
- Тривале (участь в онлайн-конференціях).

Інтернет-спілкування характеризується різними жанрами та формами,

включаючи веб- сайти, електронну пошту, чат, телеконференції, форуми, гостьову книгу та дошки обговорень. Вчені розробили систему для основних жанрів інтернет-спілкування, яка включає сайти, електронну пошту, чат, телеконференцію, форум, гостьову книгу та дошки обговорень.

За словами Данилюка, створення сайту для наукової комунікації передбачає два етапи: по-перше, сайт створюється та готовий до розміщення в Інтернеті; потім сайт трансформується під час спілкування, яке відбувається після запуску сайту в Інтернеті [6 с 190-194].

Процесу створення сайту передують кілька етапів, серед яких передбачення його комунікативної спрямованості та ефекту, орієнтація на певну аудиторію, моделювання сайту, відбір матеріалів для розміщення, вибір тактики та стратегії подачі матеріалу та фокусування на комунікації та структурування сайту.

Матвеева визначає сайт як «гіпертекстове утворення електронної комунікативної діяльності» і зазначає, що на організації комунікативної спрямованості веб-сайту вченого позначається формування гіпертексту, який забезпечує можливість комунікації між автором і адресатом. Гіпертекстуальний характер сайту дозволяє об'єднати всі розміщені на ньому тексти в єдиний макротекст, при цьому читач сам вибирає напрямок трафіку на сайті та використовує систему посилань (карту сайту) для створення власного тексту. Комунікативна спрямованість сайту забезпечує перетворення інформаційного простору в комунікаційно-інформаційну систему, до складу якої входять компоненти, що характеризуються комунікативною спрямованістю, такі як чат, гостьова книга, електронне листування [ 12 с.25].

За словами Девіда Крістала, мова Інтернету відрізняється від традиційної письмової та усної мови. Основні відмінні риси комп'ютеризованої комунікації порівняно з традиційним мовленням включають відсутність негайного зворотного зв'язку та несементну фонологію, яка може бути критичною для успішної комунікації. Крім того, комунікація, опосередкована комп'ютером, не має можливості виражати несементну фонологію, таку як тон голосу, який

передає емоції, що не завжди точно виражається за допомогою емодзі чи смайлів [19]. Іншою відмінною рисою спілкування, опосередкованого комп'ютером, є здатність підтримувати багато взаємодій одночасно, наприклад, у чатах, що не є поширеним у письмовому спілкуванні. Властивості, які відрізняють комп'ютерне спілкування від письмового спілкування, включають його динамічний вимір, який дозволяє використовувати такі ефекти, як анімація та оновлення сторінки. Іншою властивістю є можливість кадрування повідомлень, наприклад, за допомогою команд «Вирізати» та «Вставити», а також гіпертекстуальність, яка присутня в традиційному письмі лише невеликою мірою у формі посилань.

Д. Крістал припускає, що відмінності між комп'ютерним спілкуванням і письмовим спілкуванням можуть виявлятися на трьох рівнях: граматиці, лексиці та правописі.

Грамотичні правила можуть відрізнятися в комп'ютерно-посередницькій комунікації порівняно з письмовою через використання акронімів і абревіатур, тоді як використовувана лексика також може відрізнятися через використання технічної мови та термінології, яка є специфічною для певних сфер або галузей [20].

Крім того, форматування тексту, наприклад використання жирного шрифту або курсиву, також може впливати на орфографію та граматику під час комп'ютерного спілкування.

Найсуттєвіші характеристики Інтернету як комунікативного середовища можна підсумувати таким чином:

- 1) Очевидна зумовленість соціальними чинниками – Інтернет формується та перебуває під впливом різних соціальних факторів, які впливають на його використання та ефективність.
- 2) Особлива відкритість – Інтернет надає унікальну можливість для відкритого та необмеженого спілкування, дозволяючи людям спілкуватися з іншими людьми з різного походження та культури.
- 3) Інтерактивність – Інтернет дозволяє обмінюватися інформацією та



ідеями в реальному часі, дозволяючи людям брати активну участь у розмовах і співпраці.

- 4) Процедурний – Інтернет передбачає набір специфічних процедур, таких як вхід, реєстрація та доступ до інформації, які керують використанням платформи.
- 5) Розширення – Інтернет розширив спектр каналів зв'язку та їхню складну взаємодію, дозволивши використовувати різноманітні методи спілкування, такі як текст, зображення, відео тощо.

Характерні риси спілкування в Інтернеті, такі як невизначеність, розпливчастість, розрив у просторі та часі, можуть впливати на організацію текстів, що призводить до нових тенденцій у мові та зсуву балансу вербальних і невербальних форм спілкування.

Зростаюча важливість невербальних засобів створення вмісту в текстах є очевидною, створюючи більше можливостей для невербальної комунікації, щоб мати значний вплив на повідомлення, що передається.

За нашими спостереженнями, блоги як форма мережевої комунікації визнаються за їх відмінні функції, які ми детально описуємо нижче. Ці функції включають комунікативну, продуктивну, інтегративну, детермінантну, змістовну, інноваційну та рекламну.

Перша функція, *комунікативна*, стосується того факту, що блоги призначені для соціальної взаємодії та формування групової ідентичності.

Друга, *продуктивна*, відноситься до створення нових знань, які існують поряд з інформаційним приводом для майбутніх матеріалів.

Третя, *інтегративна*, означає, що блоги сприяють засвоєнню ідей і формують читацьку ідентичність.

Четверта, *визначальна*, відноситься до характеристики учасників та їхніх ролей у спілкуванні за допомогою знаків.

П'ята, *контент-творча*, надає учасникам можливість створювати та формувати контент, що робить їх повноцінними творцями контенту.

Шоста, *інноваційна*, ламає стереотипи та традиційні моделі спілкування,

мови та символів, сприяючи створенню нової моделі журналістики.

Сьома, *реклама*, відповідає за збільшення кількості відвідувачів і популярність ресурсу, на якому розміщено блог.

Цілеспрямовано публічний характер блогів та їх взаємодія з читачами через коментарі створює полілогічні діалоги, що призводить до класифікації їх як нової форми журналістики.

У контексті мережевої комунікації вчені виділяють різні види мовлення: монолог, діалог і полілог. Монолог, як різновид діалогічного мовлення, можна розглядати як спробу повторення групової дискусії, а тому орієнтований на відповідь. Пишучи повідомлення чи статуси, люди часто використовують риторичні запитання та звертаються до потенційних слухачів, сподіваючись поділитися інформацією. Такі повідомлення можуть перерости в діалог чи полілог (полеміку), якщо інші зацікавляться та дадуть відповідь. Ключова відмінність між полілогом і діалогом полягає в тому, що перший спрямований на більш широку аудиторію. Діалоги можна ініціювати приватно, залишати на особистій сторінці або створювати з думкою про конкретного слухача [11, 45].

Невербальні засоби спілкування в соціальних мережах можна порівняти з «лайками» та «гіфками», які привертають увагу та заохочують брати участь у спілкуванні [6]. Полілогічне спілкування відзначається рівноправністю учасників, що дає кожному можливість висловити свою думку та бути почутим. Він ініціюється мовцем, який створює повідомлення у формі монологу. Якщо інші зацікавилися темою, вони можуть висловити свою точку зору, що може призвести до суперечок, діалогів або полілогів, якщо два учасники дотримуються протилежних поглядів і розвивають тему в цікавому для них напрямку.

Отже, мережеве спілкування реалізується завдяки відкритим віртуальним щоденникам, також відомим як блоги, які цілеспрямовано публічні. Вони, як відомо, спрямовані на контакт, орієнтовані на групову ідентичність мас. Створена комунікація генерує нові знання, які існують одночасно з інформаційним приводом для наступних матеріалів.

Тексти блогу формують реципієнта шляхом засвоєння ідей аудиторії (зокрема, читачів блогу). Воно певним чином характеризує учасників спілкування за допомогою ознак. Блоги дають можливість учасникам бути повноцінними творцями контенту та ламати стереотипи щодо жанру, мови та символіки спілкування, що є інноваційним підходом [9].

У блогах є коментарі читачів, що, мабуть, є однією з найсуттєвіших ознак переходу від традиційних монологічних щоденників до полілогічного спілкування.

Полілог — розмова кількох осіб, що характеризується ситуативною зв'язністю, спонтанністю та нелінійністю. Це часто відбувається в соціальних мережах і мікроблогах, коли люди коментують записи, зображення, аудіо- та відеоматеріали. Рівність учасників і відсутність регламентації дає змогу будь-кому говорити та бути почутим, а повідомлення, пов'язані з однією темою, є нелінійними та спонтанними за своєю природою. Полілоги зазвичай ініціюються адресатом, який публікує повідомлення з наміром сприяти подальшій дискусії. Повідомлення часто мають форму монологів із неявним діалогом, який далі розвивається через коментарі та відповіді одержувачів

У соціальних мережах і блогах повідомлення можуть викликати багаторольові міжособистісні стосунки між учасниками та сприяти політематичним дискусіям в рамках одного дискурсу. Мережевий полілог часто ініціюється за допомогою маніпулятивних засобів, таких як флейм-війни, тролінг і спам. Його можна оновлювати та розширювати додатковими учасниками. Природа полілогу абстрактна і не має фіксованого просторово-часового вираження, але може бути гнучкою в часі.

Імпліцитний діалог — це своєрідний вид діалогу, який має окремі елементи монологу та діалогу. Його створюють два учасники, але висловлюються лише словесні сигнали ініціатора. Зовнішня форма схожа на монологічне мовлення, але орієнтація є діалоговою, оскільки спілкування відбувається, незважаючи на відсутність вербальних сигналів другого

комунікатора, які замінюються невербальними компонентами, особливо в онлайн- комунікації. В онлайн-середовищі невербальні засоби спілкування, такі як функції «лайк» і «репост» у соціальних мережах дозволяють потенційним одержувачам висловлювати позитивне ставлення до контенту. Ці особливості можуть перетворити їх на співрозмовників, які виражають невербальну згоду з повідомленням. Здатність передавати невербальні повідомлення, такі як фотографії та зображення в соціальних мережах і мікроблогах, ускладнює спілкування в цих середовищах. Підсумовуючи, неявний діалог — це окремий тип спілкування, який містить елементи монологу та діалогу, особливо в онлайн-середовищі, де більш поширені невербальні сигнали. Особливості спілкування в соціальних мережах і мікроблогах дозволяють користувачам передавати різноманітні форми повідомлень, у тому числі й невербальні, перетворювати реципієнтів на співрозмовників, які висловлюють невербальну згоду з контентом.

Неявний характер діалогу в соціальних мережах і мікроблогах визначається наявністю специфічних засобів інтернет- комунікації, що включає в себе можливість надсилати графічні повідомлення без додаткового контексту для ініціювання майбутнього спілкування, що призводить до коментаря до фотографії. Невербальна реакція інших користувачів передається через автоматично згенеровані відповіді під фото.

Як приклад ( Див.Додаток А) також характерно, що незалежно від бажання комунікатора на його сторінці поруч на основі завантаженої фотографії автоматично створюється повідомлення "... оновив свою фотографію на обкладинці", щоб класифікувати інформацію. Під фото опублікована автоматично сформована відповідь адресата «...це подобається», що у віртуальних умовах спілкування означає та передає невербальну реакцію інших користувачів.

Діалог — тісно пов'язаний з безпосередньою ситуацією, де співрозмовників об'єднує спільна тема і мотив. Кожен учасник чергує ролі слухача і оратора, а взаємодії відбуваються в певній послідовності. Характерними ознаками

діалогічної форми спілкування є:

- наявність двох комунікантів.
- швидкий обмін і тематично-змістова взаємодія реплік.
- взаємозалежність реплік від ситуації спілкування.
- використання вербальних і невербальних засобів спілкування.
- використання мовних засобів, характерних для розмовного повсякденного стилю мовлення ( еліптичні синтаксичні конструкції).

Іноколи репліки учасників комунікативного акту настільки розгорнуті й об'ємні, що їх можна вважати розмовними монологами, а тому в діалозі присутні й монологічні висловлювання. Залежно від тривалості в часі та обсягу реплік діалоги, що виникають у природних умовах безпосереднього міжособистісного спілкування, можна поділити на бесіду, розмову та монологічні діалоги. Іншими словами, діалог відзначається підвищеною складністю своєї структури, яка включає мовленнєвий акт комунікатора, хід мовлення, мовленнєву взаємодію, мовленнєву трансакцію. У цій формі спілкування вербальні засоби (мовлення) відіграють основну роль, а невербальні (міміка, жести, мовчання, рухи тощо) — другорядну.

Різні форми спілкування включають ероматичні та риторичні діалоги (які вважаються когнітивними, головною метою яких є передача інформації слухачеві та отримання їх реакції та нової інформації) та еристичні діалоги (які часто є конфліктними, коли кожен комунікант захищає свою позицію та тон напружений). Карнавальні діалоги частіше формальні, їх можна побачити в повсякденному спілкуванні, з використанням мовних кліше, таких як привітання та компліменти.

В ероматичних, риторичних і карнавальних діалогах повторення відбуваються звичайним, поперемінним і природним шляхом і не пов'язані з контролем над розподілом ініціативи учасників. У структурі еристичного діалогу є повторення з метою впливу на хід спілкування, щоб утримати ініціативу в своїх руках, передати її іншій особі або відібрати її у співрозмовника.

Міжособистісне спілкування передбачає насамперед діалог, який є обміном висловлюваннями між двома чи більше людьми. У діалозі для успішної комунікації можуть мати значення структура та стратегічні наміри розмови, а також мовленнєві здібності та навички учасників. Одним із показників мовленнєвої компетентності людини в діалозі є її активна позиція, коли вона бере на себе ініціативу, пропонуючи її. Для подальшої підтримки та підвищення ефективності діалогу важливо, щоб учасники мали контроль над розподілом ініціативи, уміння вибирати та регулювати тему та жанр виступу.

Діалоги та полілоги — класичні способи спілкування, які існують століттями. У минулому люди вступали в розмови через письмове листування, листи та статті в журналах і публікаціях, однак ці способи зв'язку були відносно повільними та мали затримку, оскільки відповіді на повідомлення могли досягати цільових одержувачів днями, тижнями чи навіть місяцями.

В епоху Інтернету спілкування стало більш безпосереднім і прямим, дозволяючи взаємодіяти в реальному часі між людьми по всьому світу. Це відкрило нові можливості для діалогу та полілогів, де люди можуть висловлювати свої думки та інтерпретації з широкого кола тем у режимі реального часу. З розвитком платформ соціальних мереж люди можуть не лише вільно висловлюватись, але й отримувати відгуки та відповіді від інших за лічені секунди чи хвилини.

Однією з ключових особливостей діалогу та полілогу в Інтернеті є їх здатність до асинхронного спілкування, тобто учасники можуть відповідати один одному в різні моменти часу і гнучкість дозволяє проводити більш глибокі розмови та взаємодії, коли одна сторона може відповідати на конкретні думки своїх співрозмовників, а не обмежуватися безпосереднім потоком розмови. Однак це не без труднощів, оскільки Інтернет також може сприяти відсутності розуміння та неправильному тлумаченню.

Коли люди ведуть діалог і полілог у реальному житті, вони можуть використовувати невербальні сигнали, такі як мова тіла та міміка, щоб допомогти передати сенс і наміри. У текстовому спілкуванні це неможливо,

що може призвести до непорозумінь і розчарування.

Діалог і полілог є двома основними формами спілкування, які протягом всієї історії людства використовувалися для обміну ідеями, інформацією та розвитку нових думок і поглядів. Кожен із них має власний набір переваг і недоліків як у реальному житті, так і в Інтернеті [10 с.127].

Діалог, тобто обмін інформацією між двома або більше особами з наміром поспілкуватися, вигідний тим, що він сприяє розумінню, співпраці та співчуттю між мовцями. У діалозі кожен учасник має рівні шанси розмовляти, ставити запитання та висловлювати свої занепокоєння, не боячись, що його перервуть або відкинуть. Це забезпечує вільний потік інформації та ідей, що може призвести до інноваційних рішень і глибшого розуміння складних питань. Акт активного слухання та реагування на інших сприяє розвитку емпатії та співчуття, дозволяючи людям бачити різні точки зору та вчитися один у одного.

З іншого боку, діалог також може призвести до дисбалансу сил, коли одні люди домінують у розмові, залишаючи інших почуватися непочутими та замовченими. Також може бути брак різноманітності в представлених точках зору та голосах, що призводить до виключаючих та обмежених дискусій. Крім того, це може бути тривалим і трудомістким, вимагаючи значних інвестицій у взаємодію з обох сторін. У результаті діалог може бути обмежений за кількістю учасників і темами, що охоплюються.

Полілог – групова дискусія між трьома або більше особами, є вигідною тим, що вона стимулює різні точки зору та сприяє обміну знаннями серед більшої групи. Різноманітність учасників дозволяє обмінюватися ширшим спектром ідей і досвіду, що веде до інноваційних та інклюзивних рішень. Полілог також розвиває почуття приналежності до спільноти, сприяючи почуттю спільності та соціальної єдності.

Однак полілог може бути схильним до групового мислення, де думка більшості домінує в розмові, залишаючи деяких людей маргіналізованими. Крім того, може бути важко керувати потоком і напрямком розмови, особливо

коли одночасно говорять кілька осіб. Це може призвести до відсутності ясності, плутанини та розчарування серед учасників. Полілог може вимагати значного обсягу логістичної координації та планування, що може бути обтяжливим для фасилітатора.

Підсумовуючи, хоча як діалог, так і полілог мають свої переваги та недоліки, вони є основними формами спілкування, які відіграють важливу роль у створенні розуміння, співчуття та співпраці між людьми. В епоху Інтернету, де спілкування є миттєвим і глобальним, ці форми спілкування можуть об'єднувати людей у всьому світі та сприяти змістовному спілкуванню між різними голосами.

### **Висновки до розділу I**

Отже, у міру того, як технології продовжують розвиватися, способи, за допомогою яких люди спілкуються один з одним, постійно змінюються від базових діалогів доінтернетної ери до складніших дискусій на сторінках журналів і публікацій, а тепер із розвитком Інтернету люди стали покладатися на різноманітні канали спілкування.

З поширенням Інтернету люди тепер можуть брати участь у глобальному спілкуванні в реальному часі, створювати спільноти та обговорювати широкий спектр тем. Поява соціальних медіа ще більше революціонізувала спосіб спілкування людей, надаючи людям можливість виражати себе новими та унікальними способами, використовуючи псевдоніми та емоції.

Розвиток онлайн-комунікації дозволив людям з усіх куточків земної кулі зв'язуватися, ділитися ідеями та інформацією, що призводить до більшого почуття спільності та інклюзивності. Широка доступність каналів спілкування також відкрила нові можливості для особистого та професійного зростання, дозволяючи людям спілкуватися з експертами у своїй галузі, вчитися в інших і розширювати свої знання та навички.

У наш час Інтернет-комунікація стала однією з найважливіших форм спілкування. Оскільки є основним засобом розповсюдження наукової інформації та використовується вченими та мовними експертами для



створення професійних вебсайтів, лінгвістичних порталів, мовних відділів навчальних закладів та онлайн-словників.

Ці ресурси сприяли діалогізації лінгвістичної думки, отриманню нових знань, формуванню актуального наукового дискурсу. Враховуючи відносно недавнє встановлення Інтернет-комунікації, потрібні додаткові дослідження, щоб повністю зрозуміти її вплив на науковий дискурс. Міжособистісне спілкування включає різні форми, такі як монолог, діалог, полілог, і комунікатори часто виконують різні ролі, наприклад, мовця, слухача та третьої особи. Для ефективного спілкування необхідно не тільки добре володіти мовою, але й знати, як правильно діяти в ситуації.

Можливість спілкуватися в режимі реального часу, навіть на великих відстанях, дозволила людям подолати бар'єри, незалежно від рівня розвитку країни з точки зору інфраструктури, уряду та підключення до Інтернету [15].

Соціальні медіа зіграли вирішальну роль у цій тенденції, зробивши їх популярною формою спілкування незалежно від статусу чи соціальних ролей. ЗМІ — як традиційні, так і нові — відіграють значну роль у формуванні культури масового мовлення, і мають значний вплив, завдяки поширенню інформаційно- комунікаційних технологій.

Оскільки ми рухаємося вперед у більш взаємопов'язаний світ, безперечно, що способи нашого спілкування продовжуватимуть розвиватися. Технології вже змінили спосіб нашого спілкування, і очікується, що вони відіграватимуть ще більшу роль у майбутньому. Тим не менш, ми також повинні визнати важливість людських зв'язків і необхідність сприяти значущим стосункам у світі, який дедалі більше оцифровується. Знайшовши баланс між віртуальним спілкуванням і спілкуванням віч-на-віч, ми можемо максимізувати переваги технологій, водночас гарантуючи, що наші людські потреби у спілкуванні та співпереживанні будуть задоволені.

Інтернет-спілкування помітно відрізняється від традиційної комунікації між людьми, однак зберігається основне призначення спілкування – обмін інформацією, а також висловлювання задоволення чи навпаки невдоволення, в

залежності від події, яку обговорюють комуніканти. Хоча традиційні засоби масової інформації мають деякі негативні сторони, такі як високий рівень запозичень і спрощення мови, вони також позитивно вплинули на медіатексти з високим рівнем мовленнєвої поведінки. Ми вважаємо, що підтримання високого рівня мови в ЗМІ є критично важливим для підвищення культури масового мовлення.

## РОЗДІЛ 2

### ДІАЛОГ ТА ПОЛІЛОГ В СУЧАСНІЙ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ: СТРУКТУРА ТА ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ

#### 2.1. Звертання, нікнейми, емодзі як маркери діалогу та полілогу в сучасній онлайн-комунікації

Ознаками інтернет-комунікації, зокрема діалогу та полілогу є використання **особливих форм звертань, нікнеймів, а також емодзі**.

Одним із первинних засобів етикету є *звертання*. В інтернет-комунікації ми спостерігаємо особливі форми звертань користувачів один до одного, але констатуємо, що в будь-якій комунікації мають бути дотримані межі ввічливості та поваги до інших учасників спілкування. Кожен сайт встановлює свої норми, тому таке спілкування не скасовує правил етикету.

*Нікнейм* – мережевий псевдонім, який використовується користувачем в інтернеті, зазвичай у місцях спілкування (чаті, форумі, блозі). Найчастіше є похідним від власного імені або прізвища, імені міфічних персонажів або героїв, предметів або тварин чи має символічне образне значення [4, с. 38].

Словник сучасного українського сленгу трактує нікнейм як «псевдонім, яким людина послуговується в Інтернет-мережі» [17, с. 194]. Користувач обирає нікнейм під впливом різних немовних факторів з залученням мовного

матеріалу. Віртуальна реальність дозволяє людині, минаючи всі заборони та обмеження реального життя, реалізувати свій творчий потенціал, утілити у «віртуальне життя» те, що недосяжне для неї в дійсності. Анонімність та обмеженість емоціонального контакту дозволяє комуніканту по-творчому підходити до вибору свого мовного іміджу.

Зважаючи на особливості неофіційних номенів, у сучасній українській антропоніміці не існує єдиної класифікації цих назв. Самі ж нікнейми як особливі одиниці неофіційної сфери аналізують за різними критеріями.

Під час спілкування крім мовних засобів використовуються ще й і немовними, які передають жести, міміку, кінесіку співрозмовника, все те, що виражає його емоційний стан. У віртуальному письмовому спілкуванні ці чинники не працюють, або працюють обмежено. Відсутність паралінгвальних чинників в онлайн-комунікації компенсують невербальні компоненти, які передають емоційні реакції співрозмовників, відповідно до ситуації, через *смайли, емодзі, гіфи*. Зважаючи на те, що в аналізованому матеріалі медіахостингу Youtube смайли та гіфи не можуть використовуватися, ми можемо описати *емодзі* як невербальний компонент вираження емоцій учасників діалогу та полілогу.

### ***Звертання.***

В інтернет-комунікації є типові для української мови форми та засоби етикету, виявлені в звертаннях.

За градацією етичної норми ми можемо погрупувати звертання від максимального до мінімального рівня етики комунікації:

- *офіційна форма звертання* з максимальним виявом культури мовлення, що визначає офіційний етикет повагу до слухача, субординацію крапка кома
- *побутова (розмовна) форма* в межах етичної комунікації.
- *емоційно-забарвлена форма звертання* що дає оцінку співрозмовнику та виявляє позицію учасника діалогу або полілогу.
- *образливо-конфліктна форма звертання*, що досягає рівня девіантної

комунікації.

**Офіційна форма звертання.** В аналізованому матеріалі, такі форми звертань здебільшого стосуються відгуків або діалогів і полілогів, пов'язаних із відеоматеріалами авторитетних українських журналістів, наприклад, Віталія Портникова. Саме в такому контексті ми можемо виділити односторонній діалог, в якому представлено звертання першого різновиду; це підкреслює шанобливе ставлення до автора, наприклад : @mykolasaksagan4405 «*Вдячний , шановне панство, за цікаву передачу!*», @tinash4216 «*Дякую, пане Віталію, за чергову якісну аналітику!*», @Kris.veng156 «*Безмежно вдячна за Вашу активну позицію, дорогий Віталію!*» [61]. Найчастіше до імен по батькові у формі кличного відмінка додаються звертання *пане, пані, добродію, добродійко* та ін. Такі звертання можуть доповнюватися прикметниками шанобливої семантики: *вельмишановна / вельмишановний, дорога / дорогий, поважна / шановний*, тощо [32].

**Побутова (розмовна) форма звертання.** Така форма звертань відображає неформальне спілкування, що виявляється в звичайній формі вокатива, наприклад: @ik.slava\_Ukraine «*Який жах... Дякую, Сергію, за вашу боротьбу*» [50] , @antoninaromashko2319 «*Яніно, я дуже розчарована деякими вашими відповідями*» [65].

Істотною ознакою розмовної форми комунікації є підвищена емоційність, здебільшого з виявом позитивного забарвлення, наприклад: @olenka\_6 «*Друзьяки! Ах ви мої солоденькі! Слава Україні!*» [11], «@oksanahorova9978: «*Воїне!!! Мужній наш!!!!*» «Дякую Вам!»[48], @oksanatrotska11 «*Сергію!!! Найкращий коментатор!!!*», @zaebobak «*Ви крутий! Олексію! Дякую за відео*» @user-wb8dd1hs4d «*Братику, дякую на мудрім слові*», а також з виявом негативного забарвлення, наприклад: @fiinka.nb «*Нагадаю тобі, друже, жодний закон України не може бути вищий за Конституцію України*», @user-ei3cnbcuj8k «*Шановна, не на Україні, а в Україні*», @user-tb9uhbdu8n «*Іванку, навчися писати без помилок*», @IrinaRudenko-dz3ch «*Дороженька, а ти чого сюди*

припхалася?»[48], @eliashanter «**Дядечку, зробимо вигляд, що я не бачив ваших коментарів**»[49].

**Емоційно-забарвлена форма звертання.** До третьої групи звертань належать ті випадки, у яких виявляємо оцінку співрозмовника, яка хоч і може виявляти негачію, позначити іронію чи сарказм, але не є образою, *наприклад*: @user-cd7wt3od9l «Тобою, **овечко**, вже займається СБУ», @ olexandr737 «**Шоколадний, це ти?**» [ 11], @olexandr737 «**Шкода тебе, лайно**», @innam8667 «**Притрушене**, дякую Порошенку за відновлену після Яника армію...»[ 8], @lyubovivashchenko8664 «**Ви журналюги недолугі! Вам би лиш скандали зліплювати!**», @user-fz5vp3dk3и«**Навіжена, вгамуйся і закрій пельку!**»[12]. Однак, попри дотримання загальної форми етикету, що виявлена у стилістично нормативній лексиці, контекстно їхнє значення і емоційно- оцінний смисл є орієнтованими на конфлікт, образу, висміювання або приниження.

**Образливо-конфліктна форма комунікації.** До четвертої групи належать звертання, які виражають негативну оцінку та межові емоції, критику, осуд, зневагу чи образу навіть у вигляді девіантної форми онлайн-спілкування. Резонансним для читачів каналу громадського діяча Сергія Стерненка на соціальній платформі Youtube став матеріал: «**Арестович втік з країни і з Світланою Лободою атакує українську мову на користь РФ**» [48]. Під відео зафіксовано 8,5 тис. коментарів. Серед учасників діалогу та полілогу варто виокремити звертання, які можуть сприйматися, як образлива форма комунікації або ж вульгарна поведінка мовця, яка спрямована на конфлікт, *наприклад*: @user-gd4dq-6ve5p «**Йди за руським кораблем, ботяра!**», @Gloria heroibus Ucrainae «**Півень мокродупий, ми маємо враховувати твою думку?**», @pythonwise3679 «**Сиди в болоті і не висовуйся! Терпіла галімиий!**», @user-ly7vc7ui8p «**Що ти брешеш, кончене**»[48].

Емоційність звертання може увиразнюватися вигуками типу «**Ей!**», «**Хей!**», «**А-а-а-а!**», «**Агов!**» та ін.

Також особливістю інтернет-спілкування, зокрема діалогічного та полілогічного, є можливість вибирати додаткові, паравербальні засоби

комунікації, які здебільшого мають емоційне забарвлення та покликані передати настрій користувача; до них належать емодзі, меми, гіфки. Нами виявлено, що під час звертання здебільшого використовуються емодзі у таких випадках: дружньої комунікації, суперечки, протистояння або жорсткого опонування. [43].

К. Шульжук та інші дослідники звертають увагу на наявність своєрідного семантико-граматичного зв'язку звертання, вираженого кличною формою відмінка, із членами речення [64, с. 20]. Більшість комунікантів дотримуються норми української мови, оскільки в українській мові звертання має форму вокатива, для позначення звертання до певної особи в діалозі або полілозі. На жаль, менше половини, але достатньо вагомий відсоток, складають випадки звертання в називному відмінку, який перебуває в цьому контексті на межі літературної норми. Наприклад: @«**Пане Портніков**, дякуємо за повне освітлення даної ситуації [ 44], @ user-sm9qv3nk8o « **Сергій**, сил Вам в боротьбі. Слава Україні!»[50], @sergeyshklar8069 «**Олексій!** Щира подяка! Дуже спокійно і в ціль!».

Характерною для інтернет-користувачів є позначка @, або як її ще називають «собачка», яка надає повідомленню гіпертекстового характеру, адже в такому випадку безпосереднє звертання виступає прямим посиланням на профіль адресата. « @ **M.i.L.k.a.M**, а як можуть голосувати наші воїни, наприклад?», « @**user-nb9sp2cb8b**, то обрана кретинами війна, кров, руйна-таки є щастям?»[11].

### **Нікнейми.**

Нікнейми можуть бути яскравим та незвичайним, негативним та вражаючим своєю видумкою, популярним та незнайомим, але обов'язково такими, що запам'ятаються. Коли людина вигадує собі псевдонім або нікнейм, вона ідентифікує себе, малює певний образ. Наприклад, нікнейм @ **Rudaya** охарактеризовує зовнішній вигляд дівчини, а нікнейм @**oleg.pozitiv** ,асоціюється з життєрадісною, позитивною, оптимістичною людиною.

При спілкуванні комуніканти зіставляє портрет співрозмовника по його мовній поведінці, одним із змістових компонентів якої є нікнейм [23, с. 145].

Більшість нікнеймів є нейтральними і лише деякі мають експресивне вираження. І. Шевченко пояснює частотність вживання експресивних нікнеймів так: «Називаючи себе тим або іншим нікнеймом, людина дає собі оцінку, хоче показати свої якості, а ім'я, власне, просто називає людину» [19, с. 201]. При спілкуванні, в Інтернеті, люди часто змінюють свої імена з певною метою.

Під публікацією на політичну тематику громадського діяча **О. Стерненка** та журналіста **В. Портникова** комуніканти наголошують на своїй національній ідентичності через нікнейми, наприклад: *@Darina-Ukraine*, *@Galina-Ukrainka*, *@Mazepa-slavaukrayini932*, *@Ukraine-peremoge*, *@FatherOurBandera*, *@Nationalist003* [44].

У нашому дослідженні розглянемо графічні та структурні особливості мережевих імен. На нашу думку, цікаво було б визначити мотиви зібраних ніків, але зробити це не видається можливим.

**Графічні особливості нікнеймів.** За графічними особливостями (способом написання) виділяємо нікнейми, до складу яких входять літери (різних алфавітів і стилів написання), цифри, знаки і символи.

Загалом, пропонуємо такі групи графічної передачі онімів, серед яких нікнейми, що представлені:

- 1) **лише малими літерами:** *@amyrmyr*, *@helenbairaya7461*, *@sonyashnyk*, *@damapikovaya9583*, *@marmyr.j0*, *@f.kart55*, *@ukrainefam.pm911*, *@sonroz99*. Усього виявлено 1600 онімів цієї групи, що становить 54,8 % від усіх аналізованих назв. Як бачимо, саме ці мережеві імена становлять найбільшу групу; [57].
- 2) **Великими літерами:** *@HELENEVEGAN1918*, *@THEGORODRAGON*, *@UKRAINA2306*, *@DEAR\_VICKY*, *@ARCHI.SP.0*, *@ZEBRA\_V18*, *@GEOR.78*. Усього 24 назви, що становить 4,8 % від усіх

аналізованих онімів;[58]

**3) великими і малими літерами (на початку, у середині або в кінці слова):** @XhskodaX, @OlhaOlga, @ZhekaBroCentr @Deadpool , @MsSVETAla, @MaRtaLLa, @LLiliA.Di1. Усього 54 назви, що становить 4,8 % від усіх аналізованих онімів;[62]

**4) великими або малими літерами з використанням цифр:** @zozulja16, @Freedom33, @alligatorgralicher6620, @alimova9471, @olesialviv1776, @Natasha9225. Усього 76 назв, що становить 15, 2 % від усіх аналізованих онімів;[62]

**5) літерами чи (і) цифрами з використанням додаткових знаків і символів (наприклад, крапки, дефіси, лапки, знаки питання, три крапки):**

@\_\_tm\_\_23 @k.o.l.t.2.0.0.5. @sofia\*fialka, @\u003e\u003e, @Idzumenko4\*, @l\_u\_b\_a\_o.j.5. Усього 35 назв, що становить 7 % від аналізованих онімів.

Особливістю графічної передачі українських нікнеймів є те, що під впливом західної цивілізації, зокрема, з появою, розвитком і поширенням Інтернету, українські мовні особистості використовують латиницю для передачі графічної оболонки нікнейма. Так, спостерігається три основні тенденції:

**-передача українського слова латиницею,** наприклад: @pavlina\_, @bodyarauk, @vovatom, @tuman, @alekssirko, @ pogoda, @lubaluba, @annagerasymovych.)[52]

**-повне запозичення іноземного слова, зокрема, з англійської мови,** наприклад: @BotschafterZissel, @mikelacaus, @Arctic\_Space, @FirstFirst-x, @grayfalcon, @HoneyBadger, @aarong6774)[53]

**- змішання українського слова та іноземного,** наприклад: @Mirniythebest, @tatyana Bekker, @Igor\_cat, @marimaterlend, @vasiliyreserved, @dasha\_running89 [53].

Подібне розмаїття використання символів, знаків, змішування великих і



маленьких букв визначається особливостями місця функціонування нікнеймів — Інтернет- простору — і пояснюється бажанням користувачів, які виступають віртуальними мовними особистостями, виділитися серед величезної кількості інших користувачів або ж застосовується з метою залучення більшої уваги. До того ж, залежно від нікнейма можна зробити певні висновки про емоційну інтенцію учасника діалогу або полілогу, які дають можливість іншим учасникам Інтернет-комунікації вважати, що носій відповідного нікнейму позитивно налаштований на спілкування.

Структурний аналіз нікнеймів передбачає розгляд лексичних одиниць з точки зору їхнього складу. Нікнейми мають різноманітні характеристики в плані структурного вираження. За структурною виділяємо *однослівні* (@Natasha9225, @valeristrelch3572) та *багатослівні* (@nika\_bogush6632, @Olga-sn6ww, @valentina\_psareva7146) ніки [60].

Проаналізувавши усі мережеві імена, виділяємо групи нікнеймів, що представлені:

1) **одним словом:** @tanjamayer5220, @nataliamarchak9773, @somin1974 @halunaherman. Усього 349 назв, що становить 69,8 % від усіх аналізованих онімів;

2) **словосполученням:** @halushka\_Sma4na, @\_PraVsha\_UA, @Diogen\_Ua, @Oleksij\_kozak, @KaterynaGerasymchuk. Усього 140 назв, що становить 28 % від усіх аналізованих онімів; [59].

У різноманітних чатах, соціальних мережах можуть бути нікнейми, представлені реченням, але в медіахостингу Youtube такого не спостерігається.

## **Емодзі.**

Емодзі – це мова ідеограм і смайлів, яку використовують в інтернет-комунікації, задля вираження емоцій невербальним шляхом. Практика засвідчила, що емодзі часто розуміють неправильно. Коли автор обирає символ, він керується певною ситуацією, але один і той же самий персонаж

може викликати неоднакові почуття у свідомості учасників діалогу та полілогу в інтернет- мережі. В інших випадках надіслані емодзі можуть відобразитися по-різному один в одного, усе залежить від технології та брендингу.

Проаналізувавши емодзі в медіахостингу Youtube, ми вирішили їх за частотою використання та категоріями. За частотою використання емодзі виокремлено засвоєні – ті, які використано стабільно, та незасвоєні – ті, які використовують рідше. Опрацьовано понад 350 емодзі, з-поміж яких найчастотніші такі:

1. За призначенням виокремимо такі групи емодзі:

- *емодзі, що відображають почуття та людей* (   );

- *емодзі, які відображають подорожі й події* (  );

- *емодзі-об'єкти та символи* (   ) [62].

Кожен емодзі має свою семантику, проте в контексті він може набувати зовсім інших ознак. Найбільш уживані емодзі -це обличчя людей, оскільки спілкування віртуальне, комуніканти вдаються до використання невербальних емоційних символів. Охарактеризуємо декілька з них:

1. Жовте обличчя з легкою посмішкою, яке підморгує лівим оком, може сигналізувати про жарт, флірт, прихований сенс або загальну позитивність. Семантика може змінюватися: від грайливого і ласкавого характеру до іронічного[33 ]. Наприклад: @ «

2. Жовте обличчя з усміхненими очима та широкою відкритою усмішкою, яка показує верхні зуби. Часто передає емоції щастя та добродушного ставлення [33]. Наприклад: @ «

3. Жовте обличчя з усміхненими очима і широкою закритою посмішкою, геть до рум'яних щік. Часто висловлює щастя і теплі, позитивні почуття [33]. Наприклад: «

4. Жовте обличчя зі зморщеними бровами й поглядом вгору, яке опирається підборіддям на великий і вказівний пальці. Показує людину, яка розмірковує або заглиблюється в думку. Часто використовують для того, щоб передати

зневажливе ставлення до чогось чи когось. Емоційний відтінок багатогранний: серйозний, грайливий, спантеличений, скептичний чи насмішливий характер [33].

Наприклад: «

## 2.2. Лексичні особливості діалогу та полілогу

Інтернет-комунікація має значні переваги, такі як швидкість, оперативність інформування читачів, супровід текстових повідомлень фото-, відео- й аудіоматеріалами, можливість онлайнного передавання даних, розширеного пошуку детальної інформації з обраної теми на інших ресурсах тощо.

Але на жаль, уміння будувати текстові висловлювання, що відповідають законам логіки й мовним нормам, властиве не всім інтернет- комунікаторам. У процесі діалогу чи полілогу ми спостерігаємо чимало лексичних та граматичних помилок, які спотворюють українську мову. Проте, деякі дослідники дотримуються переконань, що ігнорування правил – це не ознака неграмотності користувача, а специфіка «комунікації в інтернеті, де в режимі реального часу поняття норми нехтується задля скорочення часокількісної величини в комунікативному акті між користувачами. Тобто ненормативність тексту втрачає негативну ознаку».

Однак така економія мовних засобів не повинна поширюватися навіть у коментарях пересічних користувачів на інформаційних платформах. Зважаючи на те, що зараз чимало людей перейшли на українську, або тільки стараються, розмовляючи «суржиком», формується певна мовна специфіка спілкування в інтернеті, а саме типові помилки і відхилення від лексичних та орфографічних норм.

У межах стилістично забарвленої лексики функціонують насамперед слова зниженого функціонально-стилістичного забарвлення. Зважаючи на це, ми можемо поділити *стилістично- марковану* лексику на такі групи:

1. Суспільно-політична лексика, зокрема й політичні жаргонізми;
2. Сленгізми;
3. Росіянізми та суржик;
4. Знижена лексика.

### **Суспільно-політична лексика, зокрема й політичні жаргонізми.**

Суспільно-політичний жаргон став невід'ємною частиною не лише мовлення політиків, журналістів, але й народу. Його творча обробка суспільних, реалій є джерелом для журналістських виступів, котрі поширюють ці жаргонні слова, поступово роблячи їх загальноживаними для цієї лексико-семантичної групи. Аналізуючи матеріал в медіахостингу Youtube, ми спостерігаємо діалоги та полілоги, які стосуються хвилюючих тем сьогодення, у яких виявлено суспільно-політичну лексику в традиційній формі, а також лексику, яка жаргонізується для зниженої оцінки. Зважаючи на це можемо погрупувати суспільно-політичну лексику таким чином:

- *нейтральна суспільно-політична лексика;*
- *суспільно-політичний жаргон у сенсі зниженої оцінки;*
- *суспільно-політичні неологізми.*

### **Суспільно-політичний жаргон у сенсі зниженої оцінки.**

Типовою є суспільно-політична лексика, яка стосується ворога, починаючи від назви країни, столиці, громадян, політичного керівництва, у наведених уривках діалогів бачимо : @user-po4yr8ye4r «*Називайте речі своїми іменами! Ніякий не кофлікт, а війна **рашки-московії** проти України*», @jaroslavhl6434 «*Називаючи Михайла- Мішою, **журналюга** виглядає дурнуватенькою*», @Kaminskij «*...Розкажіть як комік, який 10 років жив та грав у КВН на **расеі в мацкве**...Став президентом України?*», @user-ww6gcbug8z «*Безжально садити на **нари** всіх, хто краде, починаючи з команди **ЗЕ***», @pingvin401 «***Чмобіків** на фронті позбирай, а то їх собаки догризають*», [22]@user-ky5eb1or9b «*Мобілізації не буде, **пуйло** ж не збреше?*», @user-tm7zi5hk3u «*Я не перестаю кричати, вся наша **недоелітка** вкормлена російськими*

*зрішми!!!», @dmitrinuridiniv «Фаріон мільярдів не вкрала. А оці гівноексперти відволікають від справжніх ворогів і злодіїв. Зе-шакали накинулись, вони так завжди роблять, коли готують нову аферу», @user-ut5zk4wt3p «Путінська заказуха! Та ще й така недолуга!», «Оце вистава! Дуже гарно! Хай багато орків побачать!..», @user-wx3hh1il4e «Вибачити? Але там помирають і україномовні, цю війну почала Росія «захищаючи» руцкій мір», @user-gx2ce8fq8z «Це раші вже немає, здулася на спецоперації!» [25]*

### **Сленгізми.**

Як відомо, український сленг утворюється під впливом переважно двох мов – російської та англійської. У спонтанному мовленні запозичена лексика зазнає істотних семантичних, морфологічних і словотвірних модифікацій на українському ґрунті, що й зумовлює її специфіку та особливість. Сленгізми переважно притаманні молоді. Це, як відомо, найактивніша частина суспільства щодо творчості, зокрема й творчості мовної. Зважаючи на це, молодіжним сленгом можна вважати сукупність постійно трансформованих мовних засобів високої експресивної сили, що використовуються в спілкуванні молодими людьми або ж синтезовану лексику різних молодіжних груп.

Специфіка сучасної епохи – позбавлення від колишніх стереотипів мислення, різних обмежень, лібералізація й демократизація суспільства, яка загалом видозмінює і мовні смаки нашого покоління, що виходять за межі стандарту. Йдеться насамперед про мовну свободу та розкутість, виявом якої стають численні сленгові новотвори. Так, сьогодні можна не тільки сказати комусь іди геть, а й висловитися відвертіше та емоційніше: *відвали, зів'янь, відсохни, засунься, змийся, відкоти, іди броди, іди тусуйся, скинься в тубик, гризи бордюр, котись звідси, зроби так, щоб я тебе шукав, неси ноги звідси та ін.* [41, 42]

Сленгізмам притаманна емоційність, неофіційність, невимушеність, наприклад: @lyubovivashenko8664 *«Ви журналюги недолугі. Вам би лиш **фуффло** зліплювати», @pupsipups007 «**Внатурі крутезний!** Реальна оцінка теперішній*

ситуації», @gennadijgennadij2381 «*А Портніков мутний чел*», @user-cs9rq-1wx6h «ТЦК і поліція всіх на нуль, вони всі навчені *криси галімі*»[44].

Головна мета вживання таких слів – намагання молодих людей не тільки поінформувати, а й висловити свої почуття в мовленні, продемонструвати свій характер, свою особистість.

Науковці виокремлюють *три типи молодіжної сленгової лексики:*

*-сленгові номінації метафоричного характеру*, які називають предмети чи осіб або характеризують їх. До них належать загальноживані слова, що використовуються в новому значенні, наприклад: @tetianashkolna76 «*Досить уже маніпулювати тими , хто на нулі. Треба вчити своє і поважати, а не бути дятлом*» @ user-uf7uo9jx5z «*Безпека України « в надійних руках». Треш!*» @ukraineKyiv8752 «*На 2хвилині вимкнув...це ДНО жанру «інтерв'ю», @user-se8je1gmt8c « Бабуля, заради халявної футболки записалася в загін путіна*»[51].

У процесі опрацювання дослідженого матеріалу, ми можемо виокремити емоційно-знижений коментар одного з учасників полілогу, відеоматеріалу Сергія Жадана, який стосується українізації, наприклад: @Artokol «*Не неси пургу, можна подумати, що в Харкові почали розмовляти українською..*». Вислів «*нести пургу*» – фразеологізований росіянізм, адже в первинному значенні слово «*пурга*» трактується як « віхола», «заметіль». З одного боку – це росіянізм, з іншого боку – суржик, оскільки усталосся в українській мові і трактується як суржик , а також український сленгізм, оскільки він маркований соціальною групою за віковою ознакою – молодь[58].

Крім того, до першого типу належать дієслова на позначення фізичних процесів, що змінили свою семантику та перейшли з фізичної сфери до соціальної, наприклад: @pupsipups007 «*Дати вам по чайнику разок, тоді будете знати, як розмовляти москальською*», @user-pv3bn7jcbx «*СБУ-шники настріляли бабок і тепер панує вседозволеність, знають, що їм все зійде з рук*», @romanrozborskyi439 «*Якщо ведучому цікаво розібратися що означає порожняки ганяти, хай подивиться на себе в цьому відео*»[58].

*-сленгові лексеми зі зменшено-пестливим значенням*, наприклад: @user-

уq1lf8bo5w «Цікавий **чувачок**, хотілося би прочитати його книгу», @user-ic8gk2fn7e«На початку інтерв'ю прозвучало питання про **бабосики** і політику, вибір гостя» @olgatorozenko8878 «Не тобі вчити мене географії **токсік**, краще вивчи українську граматику»[59].

До цієї групи також належать скорочені або деформовані всупереч загальнономовним моделям слова, наприклад: @ВК-ew4vw «А тебе в **універ** на кафедрі української мови- ти в штани накладеш через годину!», @iuliiabodynska «Чудова подача **інфо**. Дай боже розуму тим, хто пише і приймає закони, і страху тим, хто виконує дурні накази»[49].

Третю групу **формують переважно дієслова та прикметники, зрідка іменники, смисл яких вкладено в поняття «інтенсивність» та «надмірність»**, наприклад: «Єрмак **злияв** в США, щоб там фотосесію собі зробити», @user-mb5fq7ue2j «Таке керівництво країною аж **кумарить!** Ганьба владі!»,@user-dgoa-679«Це точно, бреше і не сміється. Ну клоуни у владі, **реально!**»@VitalyKush «Як ви **задовбали** своєю собачою мовою», @user-es8ji8ts7p «Хто ці відкривачі очей?)Зараз кожен **рве, гребе** під себе)Від цього дуже **стрьомно**»[52].

Яскравим зразком цієї групи є лексеми на позначення процесу говоріння, наприклад: @user-ctbnu2ge2y «То їдь, все **порішай**, чи ви **слабі, напичкані** пропагандою, я в шоці..», @user-bx3gk2yo5v«**Не тринди**, всі хвалили зеленого, а такого брехуна в українській владі ще не було»[53].

Сленгові слова та вирази, які вживає молодь в інтернет-комунікації, спілкуючись один з одним є досить різноманітними і відмінними в різних групах людей. Так, лексемі «розуміти» в одній компанії звикли замінювати словом **шарити**, а в іншій – **розчехлятися**, наприклад у діалозі двох молодих людей, щодо питання про уряд та президента України, висловлюються так: @user-yg8qt6kn5m «На другий день оборони треба було **заарештувати** все вище керівництво держави на чолі з президентом, **шарити?**»,@user-zl7qq4xg2o «Це він **розчехляв** на другий день війни чи через 1, 5 роки?»[61].

Для вираження подиву одні використовують словосполучення «**я в шоці**», а

інші – « *ти що гониш?*», наприклад: «@user-ctbnu2ge2y «*То їдь, все порішай, чи ви слабі, напичкані пропагандою, я в шоці..*», @user-kc9hl4x7n «*Ти що гониш? Скільки можна терпіти Єрмака в ОП? Ми його не вибирали. Соромно за владу!...*»[62].

Така різноманітність викликана насамперед тим, що молоді люди прагнуть вирізнитися не лише як окрема суспільна група, а й як особистості, намагаються ще більше урізноманітнити своє мовлення власними новотворами. Як бачимо, в молодіжному середовищі сленг є не лише засобом виокремлення індивіда з маси, а й способом діалогічного та полілогічного вербального (мовного) спілкування, в онлайн-комунікації.

### **Росіянізми.**

Серед лексичних анормативів виокремлюємо росіянізми – «слова чи мовні звороти, які утворені за зразком російських мовних форм, що можуть зазнавати часткової адаптації до фонетичного складу чи словотворчих особливостей української мови» [36, с. 13].

Нерідко доводиться не тільки чути, але й бачити в інтернет-комунікації під дописами: «*Я рахую, що це незначна проблема*». Але, якщо людина так каже, то, на наш погляд, це проблема значна. Як відомо, мовна малограмотність є ознакою низької культури. Вважається, що близько десяти відсотків слів нашої мови є іншомовними запозиченнями. Однак, коли слова з чужої мови вживаються бездумно, безсистемно, коли перекручується їх зміст і спотворюється звукове оформлення, це засмічує мову, перетворює її на мішанину власних слів.

М. Лесюк розрізняє такі підгрупи лексичних росіянізмів:

- ті, що являють собою просту заміну українського слова росіянізмом;
- слова з російським коренем, але асимільовані відповідно до українських законів граматики й словотвору;
- слова російської мови, що мають в українській інше значення;
- поєднання лексичних росіянізмів з кальками;
- вживання власних імен, оформлених на російський лад.



Як бачимо, вчений визначає росіянізми як лексичні одиниці, що ввійшли в українську мову та недоречно вживані. Ми ж під росіянізмами розуміємо не тільки лексичні, а й граматичні форми, що побудують за зразком або через вплив російської мови.

Аналізуючи спілкування комунікаторів в інтернеті, можемо виділити такі групи росіянізмів:

**1. Росіянізми замість українських відповідників :** @artcapone «**Всьо** шикарно **шеф**, окрім згадки про Золкіна- **любителя Шарія**», @user-yw7gc5kt5d « **Вроді** за всі 32 роки не було такого сплеску « п'ятої колони», як зараз...», @user-pe4pro3uy7v, «Та на твоєму пороху проби **даже** немає де ставити!, @BESKIDMYLANA «Тебе треба посадити **рядом** з Порохом, будеш кишені набивати» @user-csbyq1ke3k «**Допустим**, вступити можна, а хто нас візьме?», «**А смисл?** Якщо би окупували ваш **город** і викинули вас з дому?», @threeworlds4114 «Саме важливе те, що це не **бред**, а розуміння реальності!», @sambak8027 «У чому слава? У корупції і **кумовстві?**» @user-bq5kwdt8g «Якщо тобі не інтересно, то мандруй слідом за російським військовим човном».

**2. «Українізовані» форми російських дієслів.** @user-bl9yv7gu7u « Ні, **пока** я поступаюся чоловікам. Коли буде мобілізація всіх жінок, напевно, і я піду», @user-qx1dq1dq8iv1c «Слава **рашистам** в **преісподній!!!**», @user-gf8zn7ez5x « Як вони вже **достали**, скільки через цих зрадників загинуло народу», @yevgenkuzmyskyi2318 «**Настоящі** українці воюють, а зрадники крадуть», @user-xfpy2wn4i « Так ми нічого **не рішаємо!!** Як Байден скаже, так і буде!!!», @user-iw2ct6nm5i «З **самого** початку було **понятно**: південь віддали не для того, щоб його повертати», @michaelsinner3058 «Слава Україні! Це прекрасно! **Толік крутейший!** Аплодую стоячи!», @user-tx3xo7yo8s «Да маразм то **похоже** у вас, **непонятно** кому **позвонили**, а ви **уши розвесели**», @user-jz6mx2xo7e «Да чую, я, чую, що ти зі сміття голос подаєш. **Мог би і не казати про це. Лишнє**».

**3. Слова і вирази, кальковані з російської:** @user-pl3hd9zpr8m «Мені

здається, що в цій сороці, ми приділяємо **черезчур** багато уваги!(Я про Фаріон)», @user-dh3yg3bq8p «**Я** рахую, наміри росії ніколи не мінялися протягом століть», @user-debjq5wc9i «Терміново, **прийняти міри** щодо розстрільної статті за корупцію! **Так як** у президента є для цього всі повноваження!», @petersolon5047 «**Бувший президент** розпустив усю армію, на що це сподіватися треба було?».

**4. Морфологічні росіянізми (форми найвишого ступеня порівняння прикметників і прислівників за зразком російської мови: «Самі страшні та обмежені люди ці росіяни, Сидіть у себе в державі і розбудуйте її, а не зазіхайте на чужі землі», @user-qt4ol8vl8l« А нормально, коли при Порошенку зірвали самі головні склади зі зброєю? Чи Вам все одно?» @threeworlds4114 «Саме важливе те, що це не бред, а розуміння реальності!»**

**5. Порушення дієслівного керування, вживання прийменників і відмінків за російським зразком: @moriscollins2799 « До чого ця істерика, не боїшся **по вулицям** ходити?», « Давно вже пора перевіряти **по границям** усіх жінок, які хочуть виїхати!»**,

**6. У вимові – редукція ненаголошених голосних, оглушення дзвінких приголосних, заміна «дж» і «дз» на «ж» і «з», також відсутність чергування «к/ц», зсув наголосу за російським зразком відсутність чергування «о/і» або «е/і»: @irasypchenko « **Сажати** всіх зрадників! А Вам велика подяка, Сергію, за працю», @allusyavvysotskaya «За що наші цивільні і військові загинули? Щоб **розговарювати** з убивцями?».**

**7. Навмисне стилістично зумовлене вживання російських слів ( як правило, їх подають у лапках): @ukrainka53.ua.« Це той, хто підтримав Яника і «**пающіє труси**» тобі надів на голову?», @user-wn4udbef9z «А Оля Полякова як в **какошніку** стрибала? Уже забули?», «Підтримка пані Ірині та її поглядам. Про більшовизацію вояків дуже влучно. З **«бальтійськими матросами**» ще доведеться стикнутися», @lesiaberchak6859 « Пальців на руках і ногах не встачає, щоб порохувати тих зрадників... **«новіє ліца**», @vuazen1« **Гірше** за війну з Росією може бути лише мир і братерська любов з**

*Московією. Тобі це зрозуміло, «любезніший»?*

Таких слів, що ввійшли до нашої мови непроханими гостями, є багато. Ми настільки звиклися з ними, що часто й не помічаємо, як вони зриваються з уст. Правда, людина, яка стежить за своїм мовленням, за його культурою і чистотою, вживає русизмів менше, рідко хто не вживає зовсім, але більшість мовців, на жаль, не задумуються над своїм мовленням, не прислухаються до себе, внаслідок чого й виходить макаронічна мова.

### **Знижена лексика.**

М. І. Навальна, аналізуючи розмежування понять літературної та позалітературної розмовної мови, констатує: в українському мовознавстві науковці не мають чіткої позиції щодо трактування просторічної лексики, адже одні уникають поняття «просторіччя», зараховуючи лексику такого типу до розмовної, позначаючи її відповідно ремарками «вульгарне», «фамільярне», «розмовно-знижене» тощо. Інші визнають наявність просторіччя в українській мові [ ].

В інтернет-комунікації спостерігаємо вживання лайливих слів і лексем зі зневажливою конотацією в назвах-характеристиках людей. Це, зокрема, властиво для діалогів та полілогів, у яких йдеться про резонансні суспільно-політичні події, що відбувається в такий нелегкий час. Найчастіше зневажливу лексику вживають для характеристики політиків, наприклад: @user-d5cv2st0 *«Якою буде подальша політична роль Ляшка? Йому треба пройти шлях від популістського вискочки до серйозного політика, щоб його сприймали як самостійну фігуру, а не як проект якогось олігарха».*

Слово **вискочка** має значення: «зневажл. 1. Людина, яка будь-що намагається показати себе, звернути на себе увагу. 2. Людина, яка посіла певне суспільне становище або посаду швидко й незаслужено, не маючи відповідних здібностей, якостей і т. ін.» [12, I, с. 487]. Лексема **вискочка** засвідчує зневажливе ставлення до політика О. Ляшка.

У сучасних українських ЗМІ частотне явище пейоративних найменувань

депутатів та чиновників, зокрема, лексема **падло**: «перен., лайл. Підла, негідна людина» [12, VI, с. 13], наприклад: @user-tr4fb4hh1n «Сміх скрізь сльози, чесне слово. Дуже соромно, що країною керували такі люди, не дивно, що ми опинилися через це все **падло** там, де ми зараз...». Завдяки цій лексемі автор передає не лише негативне ставлення людей до політика, а й наближує їхню мову до усно-розмовної, щоб передати правдивість написаного.

Лексема **наволоч** зі значенням «1. збірн., зневажл. Підлі, нікчемні, шкідливі для суспільства люди; набрід. 2. зневажл., лайл. Нікчемна, підла людина; негідник» [12, V, с. 39] та сволота: «вульг. 1. збірн. Підлі люди; мерзотники. 2. Підла людина; мерзотник. // Уживається як лайка» [12, IX, с. 100] характеризують політиків, котрі багатіють за кошти народу. **Шваль** – російська просторічна лексема: «прост., зневажл. 1. Негідна, нікчемна людина. 2. Негідні, нікчемні люди. 3. збірн. Набрід, сволота» [8, с. 287–288] @innaqueen1954: «Ви бідні, ви недоїдаєте, ви не можете відпочити, у вас нема на що жити, а та **наволоч** жирувала. І ось за це, що та **сволота** жирувала, вони один за одним ідуть у тюрму. Антикорупційний комітет повинен запрацювати і показати реальні результати, він повинен відправити до в'язниці з десяток високих чинів і **швалі**»[. Деякі слова зі зневажливим, лайливим чи вульгарним забарвленням автор вживає для того, щоб показати своє осудливе та презирливе ставлення до високопосадовців, котрі обкрадають народ.

Знижене забарвлення має слово **нікчема**, що означає «зневажл. Ні на що не здатна людина» [12, V, с. 423], наприклад :@user-bebfk8hd2g «А ця Юлія Володимирівна справжня **нікчема**, яка споконвіку прагне збагачення за рахунок України!!!»[. Слово нікчема засвідчує зневажливе ставлення до високопосадовців, які збагачуються протягом всієї політичної кар'єри.

Лексема **бидло**, яку первинно використовували як «зневажливу назву поневолених трудящих, яку вживали експлуататори, пани» [10, I, с. 165], нині має інше значення. Цим словом позначають заможних осіб, які « все можуть купити». Наприклад: @user-jl3ue3hg8n «Поліція може тільки руки крутити

*простим людям. А бидлу слабо навіть зробити зауваження. Платять поліції і відпочивають собі далше!».*[тел. прямиї рязані тварюки..] Слово має негативне значення і виконує як експресивну, так і оцінну функції.

Також поширеною лексемою в інтернет-комунікації є лексема **погань** зі значенням «перен., зневажл. Негідна, нікчемна людина, що викликає зневагу, презирство. Морально розкладені люди, декласовані, злочинні елементи суспільства; непотріб, негідь, потолоч // Уживане в значенні лайливого слова» [10, VII, с. 23], яку можна зіставити з такими словами як *покидьок та мудак* : «1. крим.; вульг., зневажл. Наївна людина. 2. крим., мол., жрм; вульг., зневажл., лайл. Дурна, нікчемна, шкідлива людина» [12, с. 232]. Вважаємо, що лексема вживана в значенні лайливого слова та означає «бандит; людина з низькою моральною культурою та антисоціальними, злочинними нахилами». Наприклад: @ernopar706 « А чому ніхто не озвучує, що енергомережі в основному належать «олігархам», які роками обдирали населення, а як прийшлося відновлювати свою «чесно вкрадену в держави» власність, то повинен скинутися народ...**Погань така!**»[є питання хабарники під прик.], @user-mu9wwbnd8s «Більшість суддів повинна сидіти в тюрмі, але на даний час це неможливо, в цій державі правлять групи **мудаків**, в лиці прокурорів ,суддів , чиновників-казнокрадів та поліцейське керівництво, яке захищає цих **покидьків..**». Вживання слів **погань мудак, покидьок** демонструє відверте зневажливе ставлення до чинної влади.

### **Правописні особливості діалогів та полілогів**

Досліджуючи діалоги та полілоги на відеохостингу Youtube, крім лексичних помилок можемо виділити чимало й орфографічно-пунктуаційних і граматичних, які вказують на порушення будь-якої граматичної норми, помилки в структурі мовної одиниці( слова, словосполучення чи членів речення). В інтернет-комунікації зазвичай до граматичних додаються й орфографічні та пунктуаційні помилки. Чому виникають такі помилки? Очевидно, що чимало учасників онлайн-комунікації можуть не приділяти

велику увагу орфографії та граматиці через загальний стереотип про неформальний характер спілкування. Деякі вважають, що головне висловити свою думку, а не дотримуватися мовних стандартів. Особливо, коли діалоги відбувається під резонансною подією і користувачу негайно потрібно висловити свою думку, щодо ситуації або ж стати учасником «яскравого» полілогу, переважно комунікант не перевіряє та не редагує свої коментарі перед публікацією, що може призводити до пропусків та помилок.

Проаналізувавши діалоги та полілоги Youtube, можемо виділити типові помилки, яких допускають користувачі:

- **орфографічні помилки** – порушення правил написання слів;
- **граматичні помилки** – неправильне утворення форм слів, побудова;
- **пунктуаційні помилки** – недотримання правил уживання розділових знаків.

### **Орфографічні помилки.**

*До орфографічних недоліків* зараховуємо такі:

1) *орфографічні помилки*, наприклад: @pechal6011 «**незнаю**, що там озвучив Арестович, **неслідкую**, я ж не фанат Арестовича, як ти», @tubenoise «Можна подумати в **Харькові** почали розмовляти», @serhiizabobonin1016 «Цікаве **виважине** інтерв'ю розумної людини, Українця, оптиміста» (сергій жадан про українізацію), @v882424z «А про **київ** скільки разів сказала також по інерції?», @user-jj5fnbrj4m «**Цивілізовані** люди живуть у будинку чи в квартирі», @HaidashV «**Роскажи** про славу росії, чи ви зараз відомі в світі?», @user-bk1fr4sd2g «Ви **бесподобні!** Між іншим, вже скільки часу пройшло, а за Лідією Іванівною ні слуху, ні духу..», @user-jz6tmx2xo7e «Чогось ти в корень **не дивишся**, хоча і **закликаеш**..», @alexanderbotvin «Цей шедевр був занадто шикарний! **Будь-ласка** можна ще раз?...», @user-qq7zi4bi4l «Я **раніше** була **зросійщеною**, і тільки через дітей **перехожу** на українську», @Ravotw «Будь яке інтерв'ю Жадана-насолода» @MsAdler2012 «На **папірах**, може, й так, а взагалі хай сидять і гріють дупу десь в бухгалтерії...».

2) *орфографічно-технічні огріхи (описки)*, наприклад: @user-rg8hn4cm9r

*«Ране Сергію! Ви дуже помиляєтеся! Зайдіть у київські школи, там вчителі й учні досі розмовляють російською», @matamoros786 « Чи може **любоу** бути обов'язком?»,@allusyav «За що **наші цивільні й військові загинули, щоб залишитв** окуповані землі?»»*

Зауважимо, що в інтернет-комунікації спостерігається безсистемність написання власних назв: кожен інтернет- комунікант самовільно поводить ся з лапками, заголовними літерами й точною графікою назви, по-перше, віддаючи перевагу внутрішній формі (змісту слова) над зовнішньою, по-друге, таким чином самовиражаючись.

### **Пунктуаційні помилки.**

Пунктуаційними недоліками досліджуваних висловів вважаємо такі:

- 1) **пунктуаційні помилки;**
- 2) **відсутність пунктуаційних знаків.**

1) **Пунктуаційні помилки.** Зафіксовано в коментарях зі вставними конструкціями, де користувачі не виділяють розділовими знаками вставні конструкції, наприклад:@artemio301 «Вона **справді** з Кубані. Знає мову...», @user-fs8tu5rq9z «Друзі, Ви такі шалені **безсумніву** це було **неперевершено!**» або словами, що не є вставними, наприклад:@did1066« **Неначе**, нам **недостатньо** країни **шизофреніків..**»,@usersl2dn2nn8m«**Все- таки**, фінал **неочікуваний, спричиняє катарсис**»(про бабок).

Із невиділеними вигуками, наприклад:@wayward067 «**Ой** вічно **мусити** все **перекрутити, набрехати та поскандалити**»,@user-tb9uh6dy8n «**Ех** **прийнаймні**, якщо в Україні будуть спілкуватися українською, то **путін** не **прийде захищати « рускоговорящих**», @daciarizzo2285«**Тю**, на майдан **йшли не за гроші, велика помилка, якщо ви так думаєте**».

Із невідокремленими однорідними членами речення з повторюваним сполучником, наприклад: @loobukraine91«А чому тільки **кореспондентам України? А СБУ і прокуратура і депутати і міністри**, де ви всі, коли **почнете займатися держсправами?**»,@igorqqq4554 «**Жовква Данілов Єрмак**

*Зеленський вбивство помічника звільнення Хоренка і т. п., мало?».*

Із відсутнім тире в неповному реченні, наприклад: @IS-pj7ov «Довкола шахраї...», @ user-qc4ri2nn9n «Коли настане **цей час нас** вже не буде!!!».

Згідно із синтаксичною нормою, у структурі складнопідрядного речення підрядна частина відокремлюється комами від головної, але аналізовані полілоги засвідчують порушення цього правила, наприклад: @Pарbvy88 «*Головне, для чого потрібна ця робота-виключення можливості порушення конституційних норм наших громадян*», @marrimarr23 «*Проте тут є багато інших проблем, серед яких... оскільки в офісі президента ще не діє це правило*».

## **2) Відсутність пунктуаційних знаків.**

Інколи інтернет-комуніканти свідомо відмовляються від знаків пунктуації – або для економії часу, або для самовираження, або через невпевненість у своїх знаннях, наприклад: @user-hv2ke7oe7j «*Боже що діється ті що мають сидіти їздять на джипах ті що боронять країну мають ще й боротися за виживання*», @user-nt3re1cl1j «*Тримайтеся хлопці молимося за Вас нехай Господь береже та благословить*».

Зауважимо, що в кінці висловів автори можуть поставити питальний або окличний знак (чи декілька), якщо того вимагає інтонація, а крапки ставлять безсистемно – коли згадають або за умови виробленої навички. Вочевидь, у всемережжі крапка як показник закінчення речення з оповідальною інтонацією, зокрема останнього у вислові, «відмирає», більшість користувачів про неї навіть не задумуються. Тому, вважаючи відсутність такої крапки за мовну інтернет-традицію, вислови без кінцевої крапки ми не фіксували як помилкові чи особливі.

## **Граматичні помилки.**

Крім орфографічних і пунктуаційних, в інтернет- комунікації можна побачити чимало граматичних помилок (неправильне утворення слова, помилки в побудові словосполучень або речень).



Розглянемо найтипівші помилки, яких припускаються учасники діалогів та полілогів в Youtube. Граматичні норми регулюються на рівнях: **морфологічному та синтаксичному.**

**Морфологічні помилки** виникають через неправильне утворення форм роду, числа й відмінка, наприклад: @nataliiabarska-ts7ir «*Яка розумна та свідомо молода українка, щиро вірю, що цей інтерв'ю, як холодний душ, тим мрійникам, які чекають перемоги*», dimitr7466 «*Дуже сподобалося інтерв'ю, захоплююся її постійними витримками, правдами та тверезими оцінками...*», @irabilik «*Коментар на підтримку чудового каналу. Дякую за цікавого гостя і просвітницьку роботу!*», @liudmyla5249 «*А ви не помічали, що діялося в Україні півтора роки?*».

Неправильно утворені форми дієслова, наприклад: @Olips-213p «*Заспокойтеся, зважайте на те, що у наш час велике значення має вплив оточуючих людей*». Неправильне утворення форм числівників, зокрема поєднання числівника з іменником, наприклад: @laradekhtyarenko918 «*Переглянувши до двохста відео, можу зі впевненістю говорити про те, що перемовини можливі тільки при повній капітуляції російських військ!*» (я піду за залужним).

## Висновки до розділу II

Істотними ознаками інтернет-комунікації, а зокрема полілогів та діалогів, які побутують у сучасний час, є використання особливих форм звертань, нікнеймів та емодзі як засобів вираження. Усі перелічені засоби комунікації у сучасному суспільному мовленні відіграють важливу роль, адже акцентують увагу та вирізняють віртуальну комунікацію поміж традиційної.

У нашому дослідженні, використовуючи матеріали медіахостингу Youtube, за градацією погруппували звертання від максимального до мінімального рівня етики комунікації та описали кожну з форм. На основі цього може зазначити, що офіційна форма звертань здебільшого стосується позитивних відгуків або діалогів та полілогів, які пов'язані з авторитетними

українськими журналістами. Саме в контексті офіційної форми ми можемо виділити односторонній діалог, у якому дописувач з подякою звертається до автора, хоча й не зовсім очікує відповідь від нього, але впевнений, що він прочитає його коментар.

Побутова лексика, в свою чергу, відображає звичне, неформальне спілкування в розмовній формі, яке найбільш характерне для онлайн-комунікації в діалогах та полілогах. А ще побутову лексику за рівнем емоційності ми можемо поділити на розмовну форму з підвищеною емоційністю та зниженою емоційністю. Усе залежить від теми обговорення, автора та учасників діалогу та полілогу. До третьої та четвертої групи належать емоційно забарвлена та конфліктна форми комунікації. Такі форми являють собою негачію, іронію, сарказм, критику, зневагу, осуд, негативну оцінку, навіть у вигляді девіативної форми спілкування.

Також особливістю інтернет-спілкування, зокрема діалогічного та полілогічного, є можливість використовувати для преставлення власне або ж вигадане ім'я, що сприяє налагодженню контакту із співрозмовником. Існує багато класифікацій мережевих імен, побудованих за різними принципами. Ми покласифікували зібрані нікнейми за структурою (однослівні, багатослівні) і графічним зображенням (лише малими буквами, великими буквами, великими і малими літерами, з використанням цифр, з використанням додаткових знаків та символів).

Ще однією особливістю діалогів та полілогів є можливість вибирати додаткові паравербальні засоби комунікації, які мають емоційне забарвлення—емодзі. Опрацювавши понад 350емодзі, виокремили емодзі-почуття, люди; емодзі-об'єкти та символи; емодзі-події та подорожі. Емодзі має свої семантичні особливості, проте в різноманітних ситуаціях він може набувати зовсім інших ознак.

Як бачимо, онлайн-комунікація має чимало переваг, але, на жаль, багацько й недоліків, зважаючи на те, що під час повномасштабної війни питання мови на першому місці, більшість людей переходить на українську. У

зв'язку з цим, збільшується кількість типових лексичних, граматичних та пунктуаційних помилок.

Опрацьовуючи лексичну частину, ми поділили стилістично-марковану лексику на такі групи: суспільно-політична (зокрема політичні жаргонізми та неологізми), сленгізми( сленгові номінації метафоричного характеру; сленгові лексеми зі зменшено-пестливим значенням; дієслова та прикметники, смисл яких вкладено в поняття «інтенсивність» та «надмірність»). Аналізуючи матеріал, виокремили й росіянізми, які досить часто помічаємо через спілкування комунікантів.

Серед росіянізмів можемо виокремити ( росіянізми замість українських відповідників; українізовані форми російських дієслів; слова і вирази, кальковані з російської; морфологічні росіянізми; порушення дієслівного керування, вживання прийменників і відмінків за російським зразком; навмисне стилістично зумовлене вживання російських слів).

Ще одним яскравим прикладом «розмовно-зниженої» мови є знижена лексика. У суспільно-політичній тематиці знижена лексика засвідчує зневажливе ставлення до високопосадовців, яке проявляється через лайливі слова. Автори вживають слова зі зневажливим, лайливим та вульгарним забарвленням, аби висловити свою думку щодо подій чи людей та показати своє ставлення до сказаного. Вважаємо, що в розглянутих нами прикладах зневажлива та лайлива лексика виконує не лише функцію називання, а й оцінки та характеристики, які мають негативний відтінок. Стилiстично знижену лексику вживають у публіцистичних текстах поряд із суспільно-політичною, яка відтіняє її своєю нейтральністю. У такий спосіб читач звертає увагу на експресивно забарвлене слово.

Окрім лексичних можемо виділити ще й правописні особливості діалогів та полілогів в інтернет- просторі. Такі помилки виникають через загальний стереотип про неформальний характер спілкування у віртуальному просторі. Проаналізувавши діалоги та полілоги, ми можемо виділити типові помилки, яких допускають користувачі: орфографічні (орфографічні недоліки;

орфографічні технічні огріхи), пунктуаційні( із невиділеними вигуками; із невідокремленими однорідними членами речення; із відсутнім тире в неповному реченні), граматичні помилки ( морфологічні; синтаксичні).

## **ВИСНОВКИ**

У сучасному суспільному мовленні типовою є комунікація в інтернет мережі. У цій комунікації використовуються традиційні форми спілкування – діалоги та полілоги. Очевидно, що ці форми комунікації, попри традиційні ознаки, мають специфічні риси в інтернет-спілкуванні. Такі особливості зумовлені опосередкованим, віртуальним характером спілкування, за якого комунікативний контакт між учасниками не є безпосереднім та не зобов'язує до визначеної комунікативної тактики, стратегії, що пов'язана з обов'язковою участю, продовженням чи завершенням спілкування.

Полілог в усному мовленні реалізується у таких жанрах як обговорення, диспут, дискусія, дебати тощо. Розвиток комунікації у його полілогічній формі залежить від особистості, яка оволоділа комунікативною ініціативою (вона може бути в одного комуніканта впродовж усього полілогу, або переходити до

іншого з волі попереднього комунікативного ініціатора чи у комунікативній боротьбі). Спільна діяльність, зацікавленість у досягненні поставленої мети, позитивний емоційний стан усіх учасників полілогічної комунікації є основою взаєморозуміння і результативності міжособистісного спілкування.

Міжособистісна комунікація в більшій мірі складається із діалогічної взаємодії між людьми. Структура діалогу, стратегічні наміри, мовленнєві вміння та навички, комунікативна компетентність кожного із учасників досить важливі для вдалого спілкування. Активна позиція в діалозі (так і в трилозі і полілозі) є одним із показників мовленнєвої компетенції комуніканта.

Істотними ознаками інтернет-комунікації, а зокрема полілогів та діалогів, які побутують у сучасний час, є використання особливих форм звертань, нікнеймів та емодзі як засобів вираження. Усі перелічені засоби комунікації у сучасному суспільному мовленні відіграють важливу роль, адже акцентують увагу та вирізняють віртуальну комунікацію поміж традиційної.

У нашому дослідженні, використовуючи матеріали медіахостингу Youtube, за градацією погруппували звертання від максимального до мінімального рівня етики комунікації та описали кожну з форм. На основі цього може зазначити, що офіційна форма звертань здебільшого стосується позитивних відгуків або діалогів та полілогів, які пов'язані з авторитетними українськими журналістами. Саме в контексті офіційної форми ми можемо виділити односторонній діалог, у якому дописувач з подякою звертається до автора, хоча й не зовсім очікує відповідь від нього, але впевнений, що він прочитає його коментар.

Побутова лексика, в свою чергу, відображає звичне, неформальне спілкування в розмовній формі, яке найбільш характерне для онлайн-комунікації в діалогах та полілогах. А ще побутову лексику за рівнем емоційності ми можемо поділити на розмовну форму з підвищеною емоційністю та зниженою емоційністю. Усе залежить від теми обговорення, автора та учасників діалогу та полілогу. До третьої та четвертої групи належать емоційно забарвлена та конфліктна форми комунікації. Такі форми

являють собою негачію, іронію, сарказм, критику, зневагу, осуд, негативну оцінку, навіть у вигляді девіативної форми спілкування.

Також особливістю інтернет-спілкування, зокрема діалогічного та полілогічного, є можливість використовувати для преставлення власне або ж вигадане ім'я, що сприяє налагодженню контакту із співрозмовником. Існує багато класифікацій мережевих імен, побудованих за різними принципами. Ми покласифікували зібрані нікнейми за структурою (однослівні, багатослівні) і графічним зображенням (лише малими буквами, великими буквами, великими і малими літерами, з використанням цифр, з використанням додаткових знаків та символів).

Ще однією особливістю діалогів та полілогів є можливість вибирати додаткові паравербальні засоби комунікації, які мають емоційне забарвлення— емодзі. Опрацювавши понад 350 емодзі, виокремили емодзі-почуття, люди; емодзі-об'єкти та символи; емодзі-події та подорожі. Емодзі має свої семантичні особливості, проте в різноманітних ситуаціях він може набувати зовсім інших ознак.

Як бачимо, онлайн-комунікація має чимало переваг, але, на жаль, багацько й недоліків, зважаючи на те, що під час повномасштабної війни питання мови на першому місці, більшість людей переходить на українську. У зв'язку з цим, збільшується кількість типових лексичних, граматичних та пунктуаційних помилок.

Опрацьовуючи лексичну частину, ми поділили стилістично-марковану лексику на такі групи: суспільно-політична (зокрема політичні жаргонізми та неологізми), сленгізми (сленгові номінації метафоричного характеру; сленгові лексеми зі зменшено-пестливим значенням; дієслова та прикметники, смисл яких вкладено в поняття «інтенсивність» та «надмірність»). Аналізуючи матеріал, виокремили й росіянізми, які досить часто помічаємо через спілкування комунікантів.

Серед росіянізмів можемо виокремити (росіянізми замість українських відповідників; українізовані форми російських дієслів; слова і вирази,

кальковані з російської; морфологічні росіянізми; порушення дієслівного керування, вживання прийменників і відмінків за російським зразком; навмисне стилістично зумовлене вживання російських слів).

Ще одним яскравим прикладом « розмовно-зниженої» мови є знижена лексика. У суспільно-політичній тематиці знижена лексика засвідчує зневажливе ставлення до високопосадовців, яке проявляється через лайливі слова.

Окрім лексичних можемо виділити ще й правописні особливості діалогів та полілогів в інтернет- просторі. Такі помилки виникають через загальний стереотип про неформальний характер спілкування у віртуальному просторі. Проаналізувавши діалоги та полілоги, ми можемо виділити типові помилки, яких допускають користувачі: орфографічні (орфографічні недоліки; орфографічні технічні огріхи), пунктуаційні( із невиділеними вигуками; із невідокремленими однорідними членами речення; із відсутнім тире в неповному реченні), граматичні помилки ( морфологічні; синтаксичні).

Отже, основними характерними рисами діалогу та полілогу в інтернет-комунікації можна вважати реалізацію тенденції до розмовності, головними ознаками якої є спонтанність, неофіційність, діалогічність, ситуативна закріпленість, тенденція до стислості і експресивності і внаслідок цього – вживання мовних елементів неформального спілкування. Можна стверджувати, що соціальна мережа як жанр інтернет-комунікації володіє певною тематикою, комунікативними цілями, стилістичними особливостями, а вираз усного мовлення за допомогою письмового виявляється на всіх рівнях структурної організації цього жанру: фонетичному, лексичному, синтаксичному морфологічному і графічному.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Академічний тлумачний словник української мови.  
<http://sum.in.ua/s/nikchema>
2. Антоненко-Давидович Б. Як ми говоримо / Борис Антоненко-Давидович. - К.: Вид. дім «KM Akademia», 1994. - 254 с.
3. Барчук В. Монолог у новелах Василя Стефаника: Образно-стилістичний та структурний спекти. Прикарпатський вісник НТШ. Слово. – 2017. – № 3(39). С. 16.
4. Беззубова О., Комунікативний простір німецькомовних соціальних медіа. Сучасні дослідження з іноземної філології. 2021. Вип.1(19). С.7–16
5. Білоус А. О. Особливості формування та реалізація полідискурсивності Інтернет-дискурсу. Гілея: науковий вісник. 2016. Вип. 112. С. 183–187. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya\\_2016\\_112\\_44](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2016_112_44)
6. В. В. Німчук. Проблеми українського правопису в ХХ ст.



7. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. Київ; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2005. 1728 с.
8. Волощук О. «Українська блогосфера — яка ситуація зараз на Ukr-net просторі» 2013. Режим доступу: <http://webdigest.com.ua/blogosfera>
9. Говорить Великий Львів. Одні крадуть, інші донатять: українці гнівно відреагували на масштабний збір.  
<https://www.youtube.com/watch?v=nNxvuRruiK4&t=2s>
10. Говорить Великий Львів. Росія не має резервів на довгу війну. Україна буде частиною ЄС.  
<https://youtu.be/TtJpv0CPbEQ?si=7XgDbsWWH8EGoJxl>
11. Грицай І.С. Мовні особливості сучасних засобів масової інформації. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції з питань розвитку гуманітар. Проблеми і перспективи. 2012. С. 38–40
12. Hromadske. “Пів взводу полягло” – військовий розповідає про оборону Бахмута.  
<https://www.youtube.com/shorts/YEvrsINXauk>
13. Грунт. Найбільші зрадники України в музиці та спорті. Довга війна: частина 4.  
<https://youtu.be/vPz8tuE41Xw?si=Prl6MdQNnw6XM1x1>
14. Словник української мови : в 11 томах / за ред. І. К. Білодіда / Інститут мовознавства АН УРСР. – К. : Наук. думка, 1970–1980 рр.
15. Грунт. Яніна Соколова: викриття ботоферми, заповіт, Залужний. Погляд.  
[https://youtu.be/2jNZLF\\_2oOU?si=37N3UQfAu7lL9m5o](https://youtu.be/2jNZLF_2oOU?si=37N3UQfAu7lL9m5o)
16. Данилюк С.С. Персональний сайт як спосіб презентації особистості науковців. Наукові записки. Серія: філологічні науки. № 89(5). 2010. С. 190-194.
11. Данько Ю. А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси / Ю. А. Данько // Сучасне суспільство. - 2012. - Вип. 2. - С. 179-184.
17. Ставицька Л. О. Український жаргон. Словник. / Л. О. Ставицька. – К. : Критика, 2005. – 496 с.

18. DW Українською. Сергій Жадан про українізацію, критику влади та скандал зі зйомками в церкві.

[https://youtu.be/\\_FuFGXY80dU?si=JJy2dcGw49nbQhrL](https://youtu.be/_FuFGXY80dU?si=JJy2dcGw49nbQhrL)

19. Дьолог О.С. Лексичні англіцизми як особливість сучасної мовної моди. Закарпатські філологічні студії.2020. Вип.13(1). С.43–47.

20.Єльнікова Н.І., Мовний аспект комунікації в українських версіях соціальних мереж. Сучасні проблеми правового, економічного та соціального розвитку держави. Харків, 2017. С. 43–46.

21. Жовті кеди з Юлією Бориско. Рейтинг поганців і дедлайн людства. Роман Безсмертний. Жовті кеди.

<https://youtu.be/Vxkov5WeXnU?si=bkgd5QWXukCudTzK>

22. Загін кіноманів. Ляпи українських політиків! Як ці люди керували країною?

[https://youtu.be/uaYJ4pxMI0o?si=hbZK\\_MYnRovSEzC2](https://youtu.be/uaYJ4pxMI0o?si=hbZK_MYnRovSEzC2)

23. Залаштунки вступу України до ЄС: що насправді гарантує «історичне» рішення? Діалоги з Портниковим.

[https://youtu.be/LZ8W\\_bIySTQ?si=k\\_cDG6nK5XmtMWrW](https://youtu.be/LZ8W_bIySTQ?si=k_cDG6nK5XmtMWrW)

24. Зикун Н.І. Культура мови ЗМІ і рівень довіри до медіатекстів. Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки.2012. Вип.31. С.63–66.

25. Івахненко Т.П. Культура мовлення в інтернет-комунікації. Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки. 2015. Вип. 40. С.97–100

26. Ірина Фаріон. Їдьте до моСКВИ на танку! Фаріон ще раз «рознесла»

<https://youtu.be/9Zy2fvLBfaQ?si=y-Hqk23kZGLfhfGy>

27. Ірина Фаріон. Хто кого образив? Про мовний скандал з Іриною Фаріон.

<https://youtu.be/aMwB-3Hk8nA?si=nW8yMmTEmL6gaFw0>

28. Лосєва І. В. Політична полеміка як жанр, наратив, дискурс. Лінгвістика. 2012. № 3(2). С. 144–151.

29. Каленюк С. О. Стилiстичні функції звертань в інтернет-комунікації. Наукові записки Національного університету “Острозька академія”: серія “Філологія”.

Острого : Вид- во НаУОА, 2018. Вип. 3(71), вересень. С. 85–87.

30. Каптюрова В.В. Синкретизм монологу, діалогу та полілогу в Інтернет-комунікації. Мовні і концептуальні картини світу. Вип. 43. Част. 2. 2013, с. 129–137.

31. Ковальчук І.А. Мовна специфіка спілкування в Інтернеті. Магістеріум. 2009. Вип. 37 : Мовознавчі студії. С. 45–48.

32. Кондратюк О. Молодіжний сленг як мовне явище / О. Кондратюк // *І : незалежний культур]*.

33. Коробчинська Л. А. Розмовна і просторічна лексика української мови та її ремаркування в словниках / Л. А. Коробчинська. – Лексикографічний бюлетень. – 1963. – Вип. ІХ. – С. 41–54.

34. Лесюк М. Словник русизмів в сучасній українській мові / М. Лесюк // *Дивослово*. – 1994. – № 5. – С. 15–23.

35. Лінгвопрагматична специфіка Інтернет-комунікації Ю. В. Воробей.

Інститут філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна. С.107-110.

36. Матвеева С.А. Сайт як жанр інтернет-комунікації (на матеріалі персональних сайтів учених): автореф. дис. канд. філол. наук. 2006. 25 с.

37. Мацько А. Формування культури мовлення / А. Мацько // *Урок української*. - 2004. - №8 - 9. - С. 34 - 35.

38. Микола Давидюк. Зменшення виплат, обов'язкове працевлаштування, плата за житло! Зміни для українців у Європі на 2024.

<https://youtu.be/yg4LKZ8w4Cw?si=oYX3K1NJkFmSZviL>

39. Мокиєнко В. М. Русское сквернословие. Краткий, но выразительный словарь / В. М. Мокиєнко, Т. Г. Никитина. – М. : ЗАО «ОЛМА Медиа Групп», 2008. – 384 с.

40. Навальна М. І. Динаміка лексику української періодики початку ХХІ ст. : монографія / М. І. Навальна. – К., Інститут української мови : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2011. – 328с.

41. Непийвода Н. Ф. Сам собі редактор : Порадник з української мови / Н. Ф.

Непийвода. – Київ : Українська книга, 1998.( росіянізми).

42. Нерян С. Допис у соцмережі як мовленнєвий жанр інтернеткомунікації. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика». Вип. 34. Том 1. Херсон, 2018. С. 66–70.

43. Нечаєнко Т.В., Мовленнєва практика в постмодерному культурно-мовному просторі мас-медіа. Питання культурології. 2021. С.181–190

44. 5 канал. рОСІЯ готова йти до Кінця! Марія Берлінська про важку зиму, переговори, війну в Ізраїлі. Рандеву.

<https://youtu.be/DjjXOlpmND4?si=56AoDUSXoJVfDCst>

45. 5канал. Я піду за ЗАЛУЖНИМ! Генерал Марченко про «переговори» з рф, мобілізацію та перемогу.

[https://youtu.be/6\\_8yxTQNDjo?si=8DL-gIWnOS3sQIEY](https://youtu.be/6_8yxTQNDjo?si=8DL-gIWnOS3sQIEY)

46. Радіо Свобода Україна. Гімн України на російському телебаченні.

<https://youtu.be/FbZZ-AkfwJ8?si=12QMk4OdHUUQivGHV>

47. Радіо свобода Україна. Новий світовий порядок: хто встановить і де буде Україна? Умови виживання. Діалоги з Портниковим.

<https://www.youtube.com/watch?v=FtUJcEESkOc>

48. Радіо Свобода України. Чи наважиться Україна на такий вступ до НАТО?

Нова концепція приєднання. Діалоги з Портниковим

<https://youtu.be/5mFpzEIodss?si=IfIRooA1cbpkHpDN>

49. Сербенська О. Антисуржик: вчимося ввічливо поводитись і правильно говорити: навч. посіб. / О. Сербенська, М. Білоус, Х. Дацишин, Ю. Редько, Н. Станкевич [та ін.]. - 2-ге вид., доповн. і переробл. - Львів: нац. ун-т ім. І. Франка, 2011. - 257 с.

50. Словник української мови : в 11 томах / за ред. І. К. Білодіда / Інститут мовознавства АН УРСР. – К. : Наук. думка, 1970–1980 pp.

51. Ставицька Л. О. Український жаргон. Словник. / Л. О. Ставицька. – К. : Критика, 2005. – 496 с.

52. Sternenko. Арестович втік з країни і з Лободою атакує українську мову на користь рф.

<https://www.youtube.com/watch?v=8r60jKFIVhY>

53. STERNENKO. Дубінський у тюрмі! Як він зрадив Україну та на ГРУ працював. Коли Бужанський?

<https://youtu.be/zonM0laS724?si=fm8fIAQy-0GLnDBA>

54. Sternenko.Стерненко на антимайдані. Шокуюче відео зі зрадниками, які кликали росію.

<https://www.youtube.com/watch?v=WaLgI19n4o4>

55. Телебачення Торонто. Слава Україні: Руда бабця з «Отрядів путіна» виявилась агенткою ГУР.

<https://youtu.be/dR5R5ji-bXk?si=jUp7R-7Tt5hXGXw->

56. Телеканал Прямий. Лапін: Ворожка Буданов і канцеляр Єрмак провалили все! США в шоці..

<https://youtu.be/FAvVRIJfqZs?si=aRczH3Dyh9T4NwSA>

57. Телеканал Прямий. Портников: Умови вступу до НАТО- неприйнятні! Договір, який ми підпишемо з росією, шокує українців.

<https://youtu.be/LDxhWFHqO0k?si=jKEQNAgdke1iOcRj>

58. Титаренко М. Новочасна журналістика в контексті синергетики, або В пошуках унікального «надлишку». Медіа-філософія. № 14. Режим доступу:<http://www.mediakrytyka.info/drukovani/novochasnazhurnalistyka-v-konteksti-synerhetyky-abo-v-poshukakh-unikalnoho-nadlyshku.html>

59. ТСН. Військкоми силоміць пакують чоловіків – і на фронт!

<https://youtu.be/lloeObCi5T4?si=i4AGFEMjSQ0LTbPR>

60. ТСН. «Скотиняка». Псевдовлог Олега Ляшка.

<https://youtu.be/9mleik1boIQ?si=WN-eYXOu4AbhU00I>

61.ТСН. Фаріон «наїхала» на Залужного і пожалілася Зеленському! Що трапилося ?

[https://youtu.be/zErUK52yxbc?si=8-9EHQNLm\\_ZoSjHu](https://youtu.be/zErUK52yxbc?si=8-9EHQNLm_ZoSjHu)

62. Українська мова : Енциклопедія / редкол. : В. М. Русанівський (співголова), О. О. Тараненко (співголова), М. П. Зяблюк та ін. – [2-ге вид., випр. і доп.]. – К. : Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. – 824 с.

63.Українська правда. Жадан про Зеленського, бабло, алкоголь і літературу.

<https://youtu.be/g3FdtYoeKdw?si=QsCh3xGYaVwwbb2->

64. Українська правда. Мільйонні хабарі суддям, мільярдні збитки Міноборони: що робити з корупцією під час війни?

<https://youtu.be/sYUxsJM97ok?si=4bDyY-AgyT09prG1>

65. Фабрика новин. Лапін: Гляньте, що робиться! Буданов прикриває втікачів. Залужного зливають. Усе так не закінчиться.

[https://youtu.be/S\\_uN65xf4xQ?si=WLQJisRdIJcHu6C](https://youtu.be/S_uN65xf4xQ?si=WLQJisRdIJcHu6C)

66. Фабрика новин. Почалося! Підняли бунт в росії. Натовп дагестанців захопив аеропорт і почав погроми.

<https://www.youtube.com/watch?v=BNDVZl0R9j0>

67. Факти ICTV. Війна закінчиться в...Прогноз від бійця Янкі.

[https://youtu.be/VT5gWAIInvgs?si=oyPTSZkcvD2urh\\_T](https://youtu.be/VT5gWAIInvgs?si=oyPTSZkcvD2urh_T)

68. Цимбаленко Є. Нові й універсалізовані ознаки медіакомунікацій. Інформаційне суспільство. 2014. Вип. 19. С. 5-9. Режим доступу:

[http://nbuv.gov.ua/UJRN/is\\_2014\\_19\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/is_2014_19_3)

69. Шульжук К. Обращения в украинских народных песнях: автореф. дис. на соиск. науч. степ. канд. филол. наук: спец. 10.02.02 “Языки народов СРСР. Украинский язык”. Киев, 1969. 21 с.

70. Yanina. Sokolova. Бійка з СБУшниками через ШАНСОН. Потап з росіянами в Дубаї.

<https://youtu.be/43w8Uox-6pg?si=dfKqZ-3tIDfe4Uhe>

66. Українська мова : Енциклопедія / редкол. : В. М. Русанівський (співголова), О. О. Тараненко (співголова), М. П. Зяблюк та ін. – [2-ге вид., випр. і доп.]. – К. : Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. – 824 с.