



УДК 821.161.2'271.1'42:316.774

[https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-10\(28\)-419-430](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-10(28)-419-430)

Плеханова Тетяна Миколаївна кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри видавничої справи та редагування, Запорізький національний університет, вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, 69063, <https://orcid.org/0000-0003-2639-0396>

Грищенко Олександр Володимирович кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики та філології, Приватний заклад вищої освіти «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика», вул. Котельна, 2, м. Миколаїв, 54003, <https://orcid.org/0000-0002-4361-5705>

Горбенко Інна Федорівна кандидат філологічних наук, доцент кафедри видавничої справи та редагування, Запорізький національний університет, вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, 69063, <https://orcid.org/0000-0003-2190-0887>

ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВИ УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ З ІНШИМИ СЛОВ'ЯНСЬКИМИ МОВАМИ

Анотація. Мова відображає самоідентифікацію нації і є засобом самовираження. Вивчення використання української мови в засобах масової інформації є актуальним питанням, яке потребує подальших досліджень. Розвиток технологій впливає на всі аспекти життя та на модернізацію української мови зокрема. Мова набуває нових виразних засобів у всіх сферах використання. Технологічні можливості можуть впливати на зміни в способах вживання мови та впровадження нових лінгвістичних особливостей. Мета представленої статті – дослідити лінгвістичні особливості української мови в інтернет-засобах масової інформації. Метод аналізу дотичної літератури уможливив розширене розуміння того, як впливають нові технології на мову в українських медіа. У статті досліджено специфічні особливості мовлення сучасних засобів масової комунікації та їх вплив на мовні норми, семантичні структури, формування мовленнєвої компетенції та культури мовлення. Розглянуто нові лексичні одиниці та граматичні конструкції, варіативні форми, визначено їх семантичні категорії й способи словотворення. Особлива увага приділена наслідкам впровадження деяких норм нового правопису через



мову українських засобів інформації, процесу відновлення лексичних одиниць та граматичних структур. Проаналізовано типові помилки в мовленні засобів масової інформації у форматі інтерв'ю. Результати роботи продемонстрували, що сьогодні українська мова активно поширюється через ЗМІ в умовах війни. Мовна практика ЗМІ важлива для створення та поширення нових мовних норм, оскільки її вплив на слухачів та глядачів є сильнішим, ніж у друкованій періодиці. У роботі також представлені нові вирази журналістів, які допомагають формувати й поширювати нові норми в польських медіа. Споживачі можуть помічати використання варіативних форм слів або висловів, які видаються відхиленнями від усталених норм, але насправді вони вказують на рухомість мовної системи і є джерелом постійних мовних змін. Разом із розвитком технологій та інтернету ЗМІ стають цифровими, що приводить до появи цифрового спілкування. Висновок – ці зрушення в мові викликають появу кореспонденційного типу спілкування. Вживання розмовної та жаргонної лексики характерне для мови українських ЗМІ. Однією з цікавих лінгвістичних особливостей мови українських ЗМІ є використання семіотичних знаків, зокрема мемів, які доповнюють словесний текст образним кодом.

Ключові слова: семантичні структури, медійна лінгвістика, мовні варіації, стилістична адаптація.

Plekhanova Tatyana Mykolaivna Candidate of Philology, Associate Professor, Head of the Department of Publishing and Editing, Zaporizhzhya National University, Zhukovskogo St., 66, Zaporizhzhia, 69063, <https://orcid.org/0000-0003-2639-0396>

Hryshchenko Oleksandr Volodymyrovych Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Journalism and Philology, Pylyp Orlyk International Classical University, Kotelna St., 2, Mykolaiv, 54003, <https://orcid.org/0000-0002-4361-5705>

Horbenko Inna Fedorivna Candidate of Philology, Associate Professor, Department of Publishing and Editing, Zaporizhzhya National University, Zhukovskogo St., 66, Zaporizhzhia, 69063, <https://orcid.org/0000-0003-2190-0887>

LINGUISTIC FEATURES OF THE LANGUAGE IN UKRAINIAN MEDIA: A COMPARATIVE ANALYSIS WITH OTHER SLAVIC LANGUAGES

Abstract. Language reflects the self-identification of a nation and is a means of self-expression. Studying the use of the Ukrainian language in the mass



media is an important issue that requires further research. The development of technology impacts all aspects of life and the modernization of the Ukrainian language in particular. The language acquires new expressive means in all areas of use. Technological capabilities can influence changes in language usage and the implementation of new linguistic features. The aim of this article is to pay special attention to the linguistic features of the Ukrainian language in online mass media. The method of analyzing relevant literature enabled an expanded understanding of how new technologies affect language in Ukrainian media. The article examines the specific features of speech in modern mass communication tools and their impact on language norms, semantic structures, the formation of speech competence, and language culture. New lexical units and grammatical constructions, variant forms, their semantic categories, and ways of word formation are considered. Special attention is paid to the consequences of the introduction of some norms of the new spelling through the language of Ukrainian media, the process of restoring lexical units and grammatical structures. Typical errors in the speech of mass media in interview format are analyzed. The results show that today the Ukrainian language is actively spreading through the media in wartime conditions. The language practice of the media is important for creating and disseminating new language norms, the influence on listeners and viewers is stronger than in printed periodicals. The work also presents new expressions of journalists that help form and disseminate new norms in Polish media. Consumers may notice the use of variant forms of words or expressions that appear to deviate from established norms, but in fact, they indicate the flexibility of the linguistic system and are a source of constant linguistic changes. With the development of technology and the internet, the media become digital, leading to the emergence of digital communication. The conclusion is that this shift in language leads to the emergence of correspondence-type communication. The use of colloquial and slang vocabulary is characteristic of the language in Ukrainian media. One of the interesting linguistic features of the language in Ukrainian media is the use of semiotic signs, in particular memes, which complement the verbal text with visual code.

Keywords: semantic structures, media linguistics, language variations, stylistic adaptation.

Постановка проблеми. Україна як багатомовна країна стикається з викликами збереження національної єдності на фоні мовної різноманітності. Ця проблема також стосується мови, яку використовують українські ЗМІ. Порівняльний аналіз з іншими слов'янськими мовами вказує на важливість врахування всіх мовних систем, які функціонують у суспільстві, а не лише офіційної мови.



Незважаючи на те, що Україна стала незалежною й зміцнила національну ідентичність, мова агресора все ще функціонує в українському суспільстві [1].

Обговорення відносин між українською та російською мовами надалі залишаються актуальними, особливо після початку війни, коли українці зрозуміли важливість використання української мови в усіх сферах життя. І хоча існує багато дискусій щодо управління мовним різноманіттям, ідея використання мови для створення напруги є складовою дискурсу ворога, спрямованого на перешкоджання легітимності держави Україна.

Сьогодні українські ЗМІ мають проблеми з дотриманням чистоти мовлення, розмежуванням різних мовних профілів і груп, а також врахуванням відмінностей у мовних уподобаннях та практиках українців [2]. Ці питання висувують перед ЗМІ завдання збереження та розвитку української мовної культури.

Дослідження лінгвістичних особливостей мови українських ЗМІ, порівняння їх з іншими слов'янськими мовами, а також формування публіцистичного стилю масової інформації у свідомості особистості мають важливе значення для розвитку української мови. Це значуще джерело для створення нових слів, розвитку літературної мови та покращення комунікативних навичок. Для багатьох людей це також навчальний засіб, що сприяє вивченню коректного та вмілого використання мовних можливостей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значна кількість українських мовознавців здійснюють дослідження культури мови в ЗМІ, до яких належать газети, телебачення, радіо, блоги та телереклама [3, р. 547]. Розвиток лексичного запасу мови пов'язаний із різними процесами, які потребують наукового аналізу. Мова в ЗМІ має вагомий вплив на мовну практику та соціум загалом.

Такі дослідники, як S. Talko, H. Minchak, L. Hmyria [4, р. 124], стверджують, що люди вважають за краще залишатися в зоні комфорту та використовувати мову, до якої звикли. Проте сьогодні це неможливо в ЗМІ та літературі. Навіть якщо частина українців продовжує споживати контент мовою агресора, то це з міркувань звичності або доступності більшої кількості інформації та літературних творів, а не через їхню етнічну чи політичну спрямованість [5, р. 130]

A. Oleinik [6, р. 13] вивчає проблему суржику. В українській мовній свідомості суржик нечасто вважається бажаним способом комунікації. Він сприймається як засіб спілкування або символ ідентичності для невеликої групи людей. Попри те, що виявляється деяка терпимість до нього, мало хто хоче говорити цією мовою або вважати її рідною. Наявність суржику в ЗМІ оцінюється по-різному, залежно від ставлення до мовця. У художніх



текстах елементи суржику не дивують читачів, оскільки вони є частиною загальної концепції, яку хоче передати автор, але твори, написані повністю цим мовним гібридом, не завжди цікавлять аудиторію та викликають питання щодо їхньої мети.

L. Movchun, N. Didenko, P. Katerynych, M. Deneka, L. Yuldasheva досліджують роль української мови в галузях масової комунікації та видавничої справи, аналізуючи думки респондентів разом із відповідними статистичними даними на момент проведення дослідження, автори показують взаємодію між уподобаннями українців та соціолінгвістичною ситуацією в країні, додатково висвітлюючи елементи законодавства, які регулюють ці сфери громадського життя [7, p. 121]

Майже все населення в Україні є двомовним або може розуміти дві стандартні регіональні мови, які використовуються в країні. Законодавство визначає, що всі друковані матеріали для службового використання та адміністративно-правові документи повинні бути видані державною мовою. Квоти на видання та поширення матеріалів будь-якою мовою нечітко визначені в законі, але заохочується видавання матеріалів національною мовою та мовами національних меншин [8, p. 107].

В аналізі, здійсненому K. I. Novik, O. P. Yatsyniak, S. V. Pilshchuk [9], виявлено, що більшість книг, що продаються в українських книгарнях, були російськомовними до початку війни. Тільки юридична література була україномовною. У 2016 році український закон було змінено з метою заборони ввезення або поширення продукції держави-агресора, що спричинило збільшення кількості україномовних видань.

Мета статті полягає в аналізі мовлення українських ЗМІ, виявленні типових помилок у жанрі інтерв'ю на телебаченні та їх характеристики. У роботі також був здійснений порівняльний аналіз лінгвістичних особливостей української та польської мови в ЗМІ.

Виклад основного матеріалу. На сьогодні українці активно обирають україномовні джерела, при цьому це впливає не лише на їхні мовні вподобання, а й на асортимент продукції, яку вони використовують. Інтернет надає можливість отримувати доступ до українських медіа, а власні видання в Україні забезпечують широкий вибір української літератури. Важливо зазначити, що українці мають можливість вибирати передачі, статті та книги українською мовою.

Щодо україномовної літератури, то у великій кількості є спеціальні праці з інформатики, психології та філософії, підручники з іноземних мов, написані українською. Що стосується художньої літератури, то так звані «класичні» твори, пропонуються мовою оригіналу, але частіше іноземні твори перекладаються українською.

Важливо визнати, що якість перекладу літератури українською мовою сьогодні дійсно вражає. Однак варто зазначити, що незначна кількість перекладачів займаються адаптацією книг, написаних болгарською, угорською, чеською, вірменською, івритом тощо. Часто ми стикаємося з текстами, які перекладені з англійської або іншої мови-посередника, деколи неналежний переклад може призвести до втрати автентичності. Також необхідно констатувати, що якість адаптації текстів, написаних поширеними мовами, залишає бажати кращого, оскільки багато людей, включаючи аматорів, намагаються їх перекласти. Україномовні аудіокниги теж стають усе більш поширеною продукцією [10, р. 80].

Отже, усвідомлення важливості знання рідної мови відкриває нові можливості, надає доступ до оригінальних текстів і різноманітних джерел інформації. Вивчення інших мов сприяє розширенню культурних та професійних знань, а також дозволяє глибше зрозуміти ситуацію в Україні та світі. Більшість українців віддають перевагу українській мові, оскільки це їм дозволяє відчувати себе більш незалежними. Таким чином, вибір засобів масової інформації й книг українською може бути обумовлений не лише мовним комфортом, доступністю джерел, а й ідеологічною позицією та бажанням відмежуватися від держави-агресора.

Без сумніву, ЗМІ мають велике значення для формування культури мовлення сучасної людини. Наголошуємо на важливості дотримання норм культури мовлення для категорій людей, які є прикладом для інших. Йдеться про акторів, лекторів, дикторів, ведучих, політиків. До того ж необхідно зауважити, що культура мовлення починається з усвідомлення себе як мовної особистості та є складовою національного феномену.

У зв'язку з розвитком технологій та інтернету засоби масової інформації цифровізувалися, разом із цим в мові виникає поняття цифрове спілкування. Такий зсув у традиційну лінійність мови представляє тип спілкування кореспонденційного типу. Конверсаційне спілкування, спочатку цифрове, а потім мережеве, а також кореспонденційне спілкування в мережі варто виокремлювати від мережевого гіпертекстового спілкування, яке існує у вигляді вже освоєних сьогодні жанрів інтернет-матеріалів. Гіпертекстовий тип мови ЗМІ – це портал, блог, інтернет-сторінка. Для доповнення уявлення про сучасну мову українських ЗМІ варто згадати про сервісний тип комунікації, хоча він і не буде предметом подальших роздумів. До нього належить вебсайт, тобто інтерфейс мережевих сервісів.

З огляду на те, як інтернет впливає на формування культури мовлення, можна зробити висновок, що цей засіб масової інформації має здатність впливати на широку аудиторію, усі сфери життя, популяризувати нові слова та формувати мову.



Сьогодні, в умовах війни, активно пропагується українська мова через засоби масової інформації. Мовна практика ЗМІ є ключовою у процесах створення й поширення нових виразних засобів, перегрупування лексики та усталення нових мовних норм. Вплив ЗМІ на сприйняття цих норм слухачами та глядачами є важливішим, ніж вплив друкованої періодики.

У таблиці 1 представлені нові вирази, які використовують журналісти, сприяючи формуванню й поширенню нових норм у медіа. Останнім часом глядачі можуть помічати використання різних форм слова або вислову, які можуть сприйматися як відхилення від усталених норм, проте насправді мають свою природу та мотивацію. Варіативні форми є ознакою розвиненої стилістичної системи літературної мови. Вони вказують на динаміку й рухливість норми, що є джерелом постійних мовних змін, які відображають пошуки відповідних засобів мовного вираження (табл. 1).

Таблиця 1

Варіативні форми сучасної мови ЗМІ

Суфікс	Приклад
-ар	мітингар, кіоскар, службар
-івець/-овець	атівець, спортовець, посадовець
-ист	галерист
-ник	урядник, цілувальник, музейник
-ин(я)	продавчиня, мисткиня, педіятриня, членкиня
-к(а)	продавачка
лексичні новотвори	автівка, стравоспис, поречка, водночасно

Джерело: власна розробка авторів

Згідно з думкою таких науковців, як L. Movchun, N. Didenko, P. Katerynych, M. Deneka, L. Yuldasheva [7, p. 120] поява синонімічних варіантів до словникових лексем може бути результатом процесу дистанціювання від російської мови шляхом пошуку слів, які мають характерні риси української мовної системи, а також зосередження уваги на джерелах української мови. Деякі слова, зокрема *автівка*, *прем'єрка*, *євро*, *світлина*, *мисткиня*, *поліціант* тощо набувають усе більшого поширення. Проте існує певна неоднозначність та навіть негативне ставлення до інновацій, оскільки не всі люди розуміють мотивацію таких змін та вважають їх штучними. Поява вимовних варіантів у мовленні журналістів пов'язана з набуттям чинності нового українського правопису, наприклад, вживання слів таких, як *етер*, *поліціант*, *євро*, *Європа*, *Діяна*, *офіціант*, *комедіант*, *законопроект*, *педіятр*, *діяспора* тощо.

Так само і в польській мові впровадження різних реформ сприяє утворенню синонімічних варіантів слів, які більше відповідають власній мовній традиції. Водночас цей процес дозволяє збагачувати мову, робить її більш виразною та мелодійною. У сучасній польській мові відбувається розподіл між мовою й мовою в медіа. Дослідники вказують на те, що в медіа існує публіцистичний стиль, але медійна комунікація не може бути обмежена категорією одного стилевого варіанта сучасної польської мови [11, р. 173]. Польські мовознавці активно досліджують інструменти для вивчення мови ЗМІ. Вони характеризують дискурс, типовий для преси, радіо, телебачення, інтернету (з використанням дискурсивного аналізу, включаючи багатомодальний аналіз) [12, р. 52].

Мова ЗМІ має інструменти для характеристики жанрів, що в них використовуються (за допомогою генологічного аналізу), інструменти для опису мовних виборів у кожному тексті або стилістики діяльності медіазнаменитостей, таких як ведучі, коментатори (за допомогою стилістичного аналізу). Конвенції нових медіа охоплюють модулярність, автоматизацію, варіативність, транскодування, інтерактивність, селекцію, навігацію та інше. У науковій літературі також трапляються описи конвенцій нових медіа, які визначаються мовою їхньої преси. До них належать агрегація, мультиплікація, змішування жанрових форм, новинизація, інфотейнмент, карнавалізація тощо [13, р. 140]. Таким чином, польська мова ЗМІ має обслуговувати опис та інтерпретацію діяльності медійного передавача, що полягає в умисному використанні вербальних, іконічних та аудіотехнічних знаків у медійних творах (стаття в пресі, передача на радіо, телевізійний марафон, інтерв'ю в інтернеті). Мова українських ЗМІ в цьому плані також пов'язана з технологіями, цілями, спеціальними ефектами, способами прийому, ефектами мисленневих операцій, психологією та соціологією прийому. Обидві мови мають спільну лінгвістичну особливість – реагування на культурні зміни, які стосуються однаково як медійного передавача, так і масового одержувача та громадянина.

До того ж мова українських ЗМІ характеризується використанням розмовної та жаргонної лексики. Таке використання зазначених груп лексики в мові ЗМІ пов'язане з бажанням оновлення та оживлення мовної стилістики, відходом від канонів спілкування минулої епохи та підкресленням неофіційності й гнучкості усного мовлення. Проте важливо уникати зловживання такими мовними засобами, що може викликати неприйняття та протести. Недбале використання зниженої лексики свідчить про недостатню культуру мовлення та небезпечну тенденцію до знищення стильових меж. Таке використання мови може порушувати етичні стандарти та негативно впливати на читачів. Для підвищення рівня



культури мовлення важливо використовувати адекватні висловлення та уникати пейоративних лексичних одиниць. Мова ЗМІ спрямована на широке читацьке коло та використовує загальнозживану лексику. Демократизація мови може допомогти в уживанні яскравих висловів для виразного викладу тексту, але також може вплинути на естетичність тексту.

Сьогодні спостерігається зацікавленість суспільства в політичних новинах, роботі керівних органів та уряду. Під час дослідження було також вивчено тексти інтерв'ю деяких урядовців і виявлено типові помилки, які можуть бути прикладом для пересічного глядача. Обмеженням експерименту було п'ятихвилинне вислуховування промов керівників, яке дало можливість проаналізувати та підсумувати виявлені порушення. Наприклад, встановлено, що 24% помилок були пов'язані з орфоєпією: *рЕкоменд[а]ції, чар[і]вний, мед[а]льйон, розр[і]зняти, зел[а]ний, кар'єра, дин[а]мічний, ек[а]сперт, ін[а]угур[а]ція, п[а]ралельно, шин[а]йзський*. Виявлено також лексичні помилки й граматичні неточності, які також можуть вплинути на мовлення слухачів та глядачів (табл. 2).

Таблиця 2

Лексичні помилки та граматичні неточності в українських ЗМІ

Лексичні помилки	Граматичні огріхи
«Щоб я прийшов» замість «Щоб я прийшла»	Неправильне вживання дієслова у формі чоловічого чи жіночого роду
«Коли я піду туди» замість «Коли я буду там»	Невміння вживати часові форми дієслова
«Не впевнений, чи це правильно» замість «Не впевнений, що це правильно»	Неправильне вживання сполучника «чи» замість «що»

Джерело: власна розробка автора.

Без сумніву, однією з найцікавіших лінгвістичних особливостей мови українських ЗМІ є порушення письмової лінійності та вживання семіотичних знаків, зокрема мемів. Сьогодні образ переважає над словом. Меми стали особливо популярними під час війни, вони нагадують скоріше німе кіно, де словесний текст доповнює образний код. У цьому контексті можна висловити тезу про мовний, а отже, і культурний континуїтет в мові українських ЗМІ. Можна стверджувати, що постійні зміни й новації, зумовлені розвитком технологій, призводять до технологічної трансформації мови.

Висновки. Отже, можна зробити висновок, що мова українських ЗМІ відображає сучасні тенденції в лексичному складі та формах вживання слів. Виявлено, що конверсаційне спілкування, яке перетворюється з цифрового у мережеве, а також кореспонденційне спілкування в мережі відрізняється



від мережевого гіпертекстового спілкування, що має вже відомі жанри інтернет матеріалів. Нові вислови, які використовуються журналістами, сприяють появі та поширенню нових норм у суспільному мовленні. У мовленні журналістів також помічається варіативність у вимові слів, що сприяє розширенню лексичного арсеналу.

У розрізі порівняльного аналізу між слов'янськими мовами виявлено, що впровадження різних реформ у польській мові також сприяє утворенню синонімічних варіантів слів. Українські ЗМІ використовують розмовну й жаргонну лексику, а також порушують письмову лінійність та використовують семіотичні знаки, як, наприклад, меми. Нові тенденції у використанні мови в медіа свідчать про постійний розвиток та зміни в комунікаційних практиках.

Відповідно, важливо контролювати якість медійних матеріалів, оскільки вони формують культуру мовлення суспільства. Майбутні дослідження можуть бути спрямовані на вивчення нормативності інтернет-текстів та їх впливу на мовну компетентність, а також розробку засобів для запобігання неграмотному використанню мови в Інтернеті.

Література:

1. Navalna M., Kostusiak N., Levchenko T., Oleksenko V., Shyts A., Popkova O. Extra-linguistic factors and tendencies of activation of military vocabulary in Ukrainian mass media. *Ad Alta*. 2022. № 12(1). URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/21010> (дата звернення: 03.10.2024).
2. Knoblock N. *Language of conflict: discourses of the Ukrainian crisis*. Bloomsbury Publishing, 2020. URL: <https://www.bloomsbury.com/us/language-of-conflict-9781350098626/> (дата звернення: 03.10.2024).
3. Dmytriv A., Holoshchuk S., Chyrun L., Holoshchuk R. Comparative Analysis of Using Different Parts of Speech in the Ukrainian Texts Based on Stylistic Approach. *COLINS-2022: 6th International Conference on Computational Linguistics and Intelligent Systems (May 12–13, 2022)* (pp. 546–560). Gliwice, Poland, 2022. URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://ceur-ws.org/Vol-3171/paper44.pdf> (дата звернення: 03.10.2024).
4. Talko S., Minchak H., Hmyria L. The phenomenon of connotation in the comparative aspect (on the material of English and Ukrainian languages): problems of modern research. *Amazonia Investiga*. 2022. №11(50). P. 122–129. DOI: <https://doi.org/10.34069/AI/2022.50.02.12>
5. Kozlovska L., Tereshchenko S., Malevych L., Dziuba M., Krasnopolska N., Tkachenko O. The terminological tolerance concept for economic media discourse: The ukrainian words vs borrowed words. *Proceedings of the III International Scientific Congress Society of Ambient Intelligence 2020 (ISC-SAI 2020)* (pp. 127–136). Atlantis Press, 2020. DOI: <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200318.016>
6. Oleinik A. Telegram channels covering Russia's invasion of Ukraine: a comparative analysis of large multilingual corpora. *Journal of Computational Social Science*. 2024. № 7. P. 361–384. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s42001-023-00240-9> (дата звернення: 03.10.2024).



7. Movchun L., Didenko N., Katerynych P., Deneka M. Th., Yuldasheva L. Functioning of the Ukrainian Language as State: The Role of New Media in Modern Conflicts. *Studies in Media and Communication*. 2023. №11(7). P. 113–123. DOI: <https://doi.org/10.11114/smc.v11i7.6163>

8. Britsyn V., Sukalenko T., Ladyniak N., Kaleniuk S., Zhelyazkova V. Modern tendencies of development of norms of Ukrainian language. *Linguistics and Culture Review*. 2021. №5(S4). P. 102–113. DOI: <https://doi.org/10.21744/lingcure.v5nS4.1653>

9. Novik K. I., Yatsyniak O. P., Pilshchuk S. V. (2024). The influence of cross-cultural communication strategies on teaching English in higher education institutions of Ukraine. *Academic Visions*. 2024. № 30. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1019> (дата звернення: 03.10.2024).

10. Morska L. Simkova I. Communication of Ukrainian Schoolchildren in Social Networks: Linguistic and Pedagogical Aspects. *Konteksty Pedagogiczne*. 2020. №1(14). P. 67–81. URL: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=930471> (дата звернення: 03.10.2024).

11. Кєра-Figura D. Linguistic politeness in Polish social media—an overview of the problem. *Socjolingwistyka*. 2021. № 35. P. 171–193. URL: https://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.ojs-doi-10_17651_SOCJOLING_35_10 (дата звернення: 03.10.2024).

12. Juszczak S., Yongdeog K. Social Media and Changes in the Language of Polish and Korean Youth. *Kultura i Edukacja*. 2015. №4 (110). P. 50–65. DOI: <https://doi.org/10.15804/kie.2015.04.03>

13. Adamczyk M. Linguistic humour in Polish media: A study into wordplay mechanisms in TV news headlines. *Linguistica e filologia*. 2012. № 32. P. 137–159. URL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://aisberg.unibg.it/retrieve/e40f7b84-1769-afca-e053-6605fe0aef2/ADAMCZYK_corp.pdf (дата звернення: 03.10.2024).

References:

1. Navalna, M., Kostusiak, N., Levchenko, T., Oleksenko, V., Shyts, A. & Popkova, O. (2022). Extra-linguistic factors and tendencies of activation of military vocabulary in Ukrainian mass media. *Ad Alta*, 12(1). Retrieved from <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/21010>

2. Knoblock, N. (2020). *Language of conflict: discourses of the Ukrainian crisis*. Bloomsbury Publishing. Retrieved from <https://www.bloomsbury.com/us/language-of-conflict-9781350098626/>

3. Dmytriv, A., Holoshchuk, S., Chyrun, L. & Holoshchuk, R. (2022). Comparative Analysis of Using Different Parts of Speech in the Ukrainian Texts Based on Stylistic Approach. *COLINS-2022: 6th International Conference on Computational Linguistics and Intelligent Systems (May 12–13, 2022)* (pp. 546–560). Gliwice, Poland. Retrieved from <chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://ceur-ws.org/Vol-3171/paper44.pdf>

4. Talko, S., Minchak, H. & Hmyria, L. (2022). The phenomenon of connotation in the comparative aspect (on the material of English and Ukrainian languages): problems of modern research. *Amazonia Investiga*, 11(50), 122–129. DOI: <https://doi.org/10.34069/AI/2022.50.02.12>

5. Kozlovska, L., Tereshchenko, S., Malevych, L., Dziuba, M., Krasnopolska, N. & Tkachenko, O. (2020). The terminological tolerance concept for economic media discourse: The ukrainian words vs borrowed words. *Proceedings of the III International Scientific Congress Society of Ambient Intelligence 2020 (ISC-SAI 2020)* (pp. 127–136). Atlantis Press. DOI: <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200318.016>



6. Oleinik, A. (2024). Telegram channels covering Russia's invasion of Ukraine: a comparative analysis of large multilingual corpora. *Journal of Computational Social Science*, 7, 361–384. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007/s42001-023-00240-9>
7. Movchun, L., Didenko, N., Katerynych, P., Deneka, M. Th. & Yuldasheva, L. (2023). Functioning of the Ukrainian Language as State: The Role of New Media in Modern Conflicts. *Studies in Media and Communication*, 11(7), 113–123. DOI: <https://doi.org/10.11114/smc.v11i7.6163>
8. Britsyn, V., Sukalenko, T., Ladyniak, N., Kaleniuk, S. & Zhelyazkova, V. (2021). Modern tendencies of development of norms of Ukrainian language. *Linguistics and Culture Review*, 5(S4), 102–113. DOI: <https://doi.org/10.21744/lingcure.v5nS4.1653>
9. Novik, K. I., Yatsyniak, O. P. & Pilshchuk, S. V. (2024). The influence of cross-cultural communication strategies on teaching English in higher education institutions of Ukraine. *Academic Visions*, 30. Retrieved from <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1019>
10. Morska, L. & Simkova, I. (2020). Communication of Ukrainian Schoolchildren in Social Networks: Linguistic and Pedagogical Aspects. *Konteksty Pedagogiczne*, 1(14), 67–81. Retrieved from <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=930471>
11. Kępa-Figura, D. (2021). Linguistic politeness in Polish social media—an overview of the problem. *Socjolingwistyka*, 35, 171–193. URL: https://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.ojs-doi-10_17651_SOCJOLING_35_10
12. Juszczuk, S. & Yongdeog, K. (2015). Social Media and Changes in the Language of Polish and Korean Youth. *Kultura i Edukacja*, 4 (110), 50–65. DOI: <https://doi.org/10.15804/kie.2015.04.03>
13. Adamczyk, M. (2012). Linguistic humour in Polish media: A study into wordplay mechanisms in TV news headlines. *Linguistica e filologia*, 32, 137–159. URL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://aisberg.unibg.it/retrieve/e40f7b84-1769-afca-e053-6605fe0aeaf2/ADAMCZYK_crop.pdf