

Список використаних джерел

1. Офіційний аккаунт BBC News Ukrainian в Instagram (@bbc_ua). URL: https://www.instagram.com/bbc_ua/ (дата звернення: 27.05.2026).

Діана Вихристюк – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Журналістика» факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Науковий керівник – Одобецька О.І., асистент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

ДАРИНА ВОЙТ

УКРАЇНЬКА МОВА В МЕДІАПРОСТОРІ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ

В умовах сьогодення українська мова відіграє надзвичайно важливу роль як чинник національної ідентичності. Мову можна розглядати як засіб впливу на міжнародну спільноту, а також як інструмент боротьби за суверенітет нашої держави. Також варто зазначити, що від початку повномасштабного вторгнення можна спостерігати суттєве зростання частки українців, які спілкуються українською в медіапросторі. Крім того, це стосується вітчизняних медіа, які дедалі частіше обирають українську мову як основну для створення контенту. Це простежується як у традиційних ЗМІ, так і в цифрових платформах, наприклад – у соціальних мережах та онлайн-виданнях. Медіапростір у цьому контексті відіграє вагомий роль, адже відображає мовні зміни, а також активно на них впливає, формуючи таким чином нові мовні норми, сприяючи популяризації лексичних тенденцій та стилів спілкування. Поряд із позитивними зрушеннями постають також певні виклики, наприклад, поширення суржику, надмірне вживання іншомовних запозичень, збереження русизмів тощо. У зв'язку з цим актуальним є аналіз сучасного стану української мови в медіапросторі, визначення основних тенденцій її розвитку та окреслення проблем, що потребують подальшого вирішення.

Насамперед необхідно зазначити, що медіапростір є частиною інформаційного простору, що локалізується відповідно до певної матеріальної території та нематеріальної галузі. Окрім цього, він також обумовлює існування та діяльність засобів масової інформації,

у тому числі й електронних, функціонує поза межами внутрішнього світу людини, однак при цьому прямо чи опосередковано впливає на її свідомість. Також його можна розглядати як особливу інформаційну та соціальну сферу, яка охоплює систему засобів масової інформації, де в реальному часі створюються, поширюються та споживаються візуальні, звукові та текстові повідомлення. Медіапростір є особливою сферою, яка формує уявлення суспільства, структурує щоденне життя людини та впливає на суспільні інтереси. У зв'язку з цим медіапростір є відображенням тих змін, які відбуваються в мові, і водночас може впливати на неї [4].

Попри позитивні зміни не можна сказати, що становище української мови в медіапросторі є достатньо позитивним. Відповідно до цього можна окреслити низку актуальних викликів. У першу чергу, це велика кількість помилок різного типу, які спостерігаються у письмовому та усному мовленні. При цьому вони присутні не тільки у мовленні звичайних користувачів, але й у мовленні культурних та громадських діячів, політиків, деяких журналістів, інфлюенсерів тощо. Тобто, саме тих осіб, які є взірцем для багатьох українців. Якщо вони вдаються до помилок, то зростає ймовірність зниження мовної культури у суспільстві та формування невірних мовних моделей у свідомості аудиторії [1].

Також поширеною тенденцією є використання суржику. Історично склалось так, що у мові українців поєднуються елементи насамперед української та російської мов, інколи – української та польської або української та угорської. Подібне мовлення є лексично й граматично змішаним, що призводить до його нестабільності та порушення літературних норм. Його регулярне використання впливає на виникнення помилок навіть у тих випадках, коли мовці намагаються свідомо переходити на літературну українську мову. Варто додати, що присутність суржику у медіапросторі є характерною насамперед для інфлюенсерів, тобто блогерів, та звичайних користувачів. При цьому перші використовують суржик особливо часто як елемент власного іміджу та в цілому власного бренду, не замислюючись над тим, як їхні дії впливають на стан української мови. Фактично вони не порушують положення закону, адже, на перший погляд, може здатись, що вони спілкуються українською. Втім, така мова сповнена помилок, що у перспективі може призвести до ще більш негативних наслідків для стану української мови.

Окрім проблеми суржику, варто зазначити також проблему вживання англіцизмів та русизмів, а також низьку якість української мови у деяких медіа. Ця проблема мала місце ще у минулі десятиліття, коли англіцизми були елементами молодіжного сленгу. Сьогодні їх вживання стає також ще більш характерним для медіа та бізнес-сфери. Англіцизми можна помітити у соціальних мережах, у

маркетингових комунікаціях вітчизняних компаній, у професійному спілкуванні у медіапросторі тощо. Для багатьох вони є звичними елементами мови, однак дуже часто використання таких запозичень є необґрунтованим, що призводить до засмічення мови, втрати її самобутності та витіснення питомих слів. Прикладами таких слів є *фідбек* замість *відгук*, *дедлайн* замість *строк*, *хейт* замість *ненависть*, *лук* замість *образ* та ін. Такі заміни, хоча й сприймаються як сучасні, не завжди є виправданими з погляду мовної норми та культури мовлення [1].

Русизми зберігаються у повсякденному спілкуванні у соціальних мережах, також використовуються у маркетингових комунікаціях брендів. У багатьох ситуаціях такі заміни не сприймаються як помилкові, оскільки для частини аудиторії вони залишаються звичними та усталеними в мовленні. Це ускладнює процес їх витіснення з мовної практики та уповільнює утвердження виключно українських відповідників. Крім того, порушення літературних норм у цьому контексті стосуються орфоепічних помилок, які пов'язані з неправильною вимовою. Наприклад, це *срок* замість *строк*, вимова м'яких шиплячих звуків замість твердих у словах *ще*, *хоче*, *чому*, *частина* тощо. Також це лексичні помилки, зокрема – повисити замість підвищити, кар'єрний ріст замість кар'єрне зростання та ін. [1]

Розглядаючи особливості української мови в медіапросторі, зазначимо позитивні тенденції, пов'язані з її присутністю в соціальних мережах, які є однією з ключових сфер спілкування в сучасному суспільстві. Так, у 2020 році частка дописів українською мовою складала близько 15%, у 2022 році – 37-38%, вже у 2024 році – зросла до 44%. Тобто простежується позитивна тенденція, що полягає у використанні української мови у соціальних мережах як звичайними користувачами, так і медіа, інфлюенсерами, комерційними сторінками тощо. При цьому ця тенденція є сталою, тобто повномасштабне вторгнення спричинило популяризацію української мови, і ці зміни зберігаються й надалі [3]. Окрім цього, на українську мову також перейшла абсолютна більшість сайтів. Також українська мова є основною мовою бізнес-середовища в медіапросторі, тобто комунікація у цій сфері з вітчизняними партнерами та споживачами відбувається саме українською. Крім того, збільшується обсяг україномовних інформаційних продуктів та послуг [2].

Тобто ключові позитивні тенденції пов'язані саме зі зростанням частки української мови у медіапросторі, а також її використанні для створення медіапродуктів. Втім, проблеми, які були поширені до повномасштабного вторгнення, зберігаються й досі. Тому для подолання наявних проблем необхідно запровадити комплексний

підхід. Він має ґрунтуватись не на законодавчих змінах, які вже запроваджуються та є ефективними, адже багато в чому вони сприяли переходу на українську мову у медіапросторі, а на змінах у культурі мови українців. Для цього необхідно підвищувати рівень мовної культури населення через освіту, медіаграмотність та популяризацію якісного україномовного контенту. Також важливу роль мають відігравати як навчальні заклади, так і самі медіа, які мають дотримуватися мовних норм і виступати прикладом коректного мовлення. Крім того, доцільно сприяти розвитку україномовного контенту в цифровому середовищі, зокрема у соціальних мережах, де формується мовна поведінка значної частини молоді. Таким чином, перспективи розвитку української мови в медіапросторі є позитивними, однак їх реалізація залежить від системної роботи суспільства, держави та медіаспільноти.

Список використаних джерел

1. Бондарчук К.С. Українська мова в сучасному медіапросторі. *Європейські тенденції розвитку журналістики, PR, медіа і комунікації*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (27-28 листопада 2020 року). Влоцлавек: Куявський університет, 2020. С. 64-67
2. Каленюк С. О., Громова Н. В., Деміхова С. В. Українська мова в інтернет-просторі: нові тенденції та виклики. *Вісник науки та освіти*. 2024. №10 (28). С. 302-310
3. Кузьменко Ю. Яка частка дописів українською в соцмережах у 2024 році. URL: <https://suspilne.media/868593-aka-castka-dopisiv-ukrainskou-v-socmerezah-u-2024-roci/> (дата звернення: 12.04.2026)
4. Яцюта М. С. Вплив медіа простору на сучасну молодь, та використання його у навчанні. *Інноваційна педагогіка*. 2024. №68 (92). С. 257-259

Войт Дарина – здобувачка першого бакалаврського рівня вищої освіти спеціальності «Журналістика» факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Науковий керівник – Тимошенко Є.А., старший викладач кафедри фундаментальних і приватно-правових дисциплін, заступник декана з виховної та соціальної роботи Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.