

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

Факультет іноземних мов

Кафедра англійської мови

**Використання граматичних девіацій у сучасному англомовному
медіадискурсі (на матеріалі соцмереж)**

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Виконала:

студентка 2 курсу, 201М групи

Костинян Євгенія Леонідівна

Керівник:

к.ф.н., доцент **Лопатюк Н. І.**

До захисту допущено

на засіданні кафедри

протокол № _____ від _____ 2025 р.

Зав. кафедрою _____ доц. Соловйова О.В.

Чернівці – 2025

Анотація

КОСТИНЯН, Євгенія. 2025. Використання граматичних девіацій у сучасному англомовному медіадискурсі (на матеріалі соцмереж). [Магістерська робота]. – Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. Факультет іноземних мов. Кафедра англійської мови. Чернівці: ЧНУ. 2025. 115 с.

У дослідженні здійснено аналіз граматичних девіацій у межах сучасного англомовного медіадискурсу соціальних мереж. У центрі уваги – граматичні девіації, що виявляються на рівні словотвору, морфології та синтаксису. Аналіз охоплює 205 прикладів з платформ Threads, Instagram, Facebook і Twitter. Дослідження спирається на загальнонаукові методи (аналіз, синтез, класифікація, узагальнення) та спеціальні лінгвістичні підходи – описовий, контент-аналіз, порівняльний, дискурсивний і кількісний аналіз. Отримані результати можуть бути використані в освітній практиці – зокрема, у викладанні граматики, перекладацькій підготовці та курсах із медіалінгвістики. Структура роботи охоплює вступ, три розділи, висновки, список літератури та додатки з ілюстративним матеріалом.

Ключові слова: англомовний медіадискурс, соціальні мережі, граматичні девіації, цифрова комунікація.

Abstract

KOSTYNIAN, Yevheniia. 2025. The use of grammatical deviations in modern English-language media discourse (based on social media). [Master's thesis]. – Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University. Faculty of Foreign Languages. Department of English. Chernivtsi: ChNU. 2025. 115 p.

This study offers an analysis of grammatical constructions that deviate from established normative rules within the framework of contemporary English-language media discourse on social networks. The focus is placed on grammatical deviations observed at the levels of word formation, morphology, and syntax. The analysis is based on 205 authentic examples collected from Threads, Instagram, Facebook, and Twitter. The research employs general scientific methods (analysis, synthesis, classification, generalization) alongside specialized linguistic approaches, including descriptive, content, comparative, discourse, and quantitative analysis. The findings may be applied in educational contexts, particularly in teaching grammar, training translators, and delivering courses in media linguistics. The structure of the thesis comprises an introduction, three chapters, conclusions, a bibliography, and appendices containing illustrative material.

Keywords: English-language media discourse, social networks, grammatical deviations, digital communication.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ Є.Л. Костинян

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАДИСКУРСУ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ	10
1.0. Вступні зауваження	10
1.1. Поняття медіадискурсу та його характеристика в сучасній лінгвістиці	10
1.2. Соціальні мережі як тип медіадискурсу	18
1.3. Особливості мовних стратегій у соціальних мережах	25
1.4. Граматичні девіації, характерні для англомовного медіадискурсу	30
Висновки до розділу 1	37
РОЗДІЛ 2. МОРФОЛОГІЧНІ ТА СЛОВОТВІРНІ ДЕВІАЦІЇ У АНГЛОМОВНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ	41
2.0. Вступні зауваження	41
2.1. Граматичні характеристики англомовного дискурсу соціальних мереж	41
2.2. Лінгвістичні параметри словотвірних порушень у структурі англомовного медіадискурсу	46
2.3. Морфологічна варіативність і порушення граматичних норм у контексті цифрової комунікації	56
Висновки до розділу 2	71
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ СИНТАКСИЧНИХ ДЕВІАЦІЙ НА МАТЕРІАЛІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ	73
3.0. Вступні зауваження	73
3.1. Структурно-семантичні особливості інверсійних конструкцій у сучасному англомовному медіадискурсі	73
3.2. Синтаксичні відхилення у простих розповідних реченнях як прояв неформальної комунікативної норми	76

3.3. Модифікація атрибутивних структур унаслідок впливу медійного середовища на граматичну організацію висловлення	80
Висновки до розділу 3	85
ВИСНОВКИ	88
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	91
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	96
СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ	96
ДОДАТКИ	98

ВСТУП

У сучасному лінгвістичному просторі дедалі більшої уваги набувають процеси трансформації мовної норми, що відбуваються під впливом нових форм комунікації, зокрема цифрових. Особливу роль у цьому процесі відіграє медіадискурс соціальних мереж, у межах якого спостерігається активне формування альтернативних мовних стратегій, що характеризуються зрушенням від нормативної граматики. В умовах цифрової комунікації, яка відзначається високим ступенем спонтанності, неформальності та комунікативної динаміки, все частіше фіксуються відхилення від усталених граматичних норм англійської мови, що набувають системного характеру. Відхилення ці не є випадковими чи маргінальними: вони відображають глибші соціолінгвістичні тенденції та трансформації мовної свідомості носіїв і користувачів мови в новому інформаційному середовищі.

Актуальність дослідження обумовлена необхідністю комплексного осмислення мовних змін, що відбуваються під впливом цифрової комунікації, зокрема у сфері граматичних конструкцій, які відхиляються від традиційних норм. Соціальні мережі сьогодні відіграють роль не лише платформи для інформування чи розваг, але й потужного механізму формування мовної практики, в якій відображаються нові соціальні і комунікативні запити. Таким чином, вивчення граматичних девіацій у цьому контексті дозволяє не лише описати мовні інновації, а й з'ясувати їхню функціональну доцільність, зв'язок із прагматикою мовлення та ступінь впливу на норми англійської мови загалом.

Об'єктом дослідження є англomовний медіадискурс, що реалізується в межах соціальних мереж.

Предметом дослідження виступають граматичні девіації, які функціонують у сучасному англomовному медіадискурсі соціальних мереж.

Метою роботи є комплексний аналіз граматичних девіацій у сучасному англomовному медіадискурсі соціальних мереж з урахуванням їхніх

лінгвістичних і комунікативних характеристик. Досягнення цієї мети передбачає розв'язання ряду конкретних **завдань**, серед яких:

- проаналізувати теоретичні засади медіадискурсу та охарактеризувати соціальні мережі як специфічне мовне середовище, що сприяє формуванню нових комунікативних стратегій;
- визначити та класифікувати граматичні девіації, характерні для англomовного медіадискурсу;
- дослідити специфіку реалізації граматичних девіацій у мовленні користувачів соціальних мереж, а саме лінгвістичні особливості словотвірних, морфологічних і синтаксичних відхилень;
- здійснити кількісне зіставлення та інтерпретацію частотності вживання граматичних конструкцій із порушенням норм і простежити загальні тенденції трансформації граматичних норм у межах сучасного англomовного медіадискурсу.

Матеріалом дослідження слугують 205 прикладів граматичних конструкцій з відхиленням від норм, відібраних із автентичних постів, опублікованих у соціальних мережах Threads, Instagram, Facebook та Twitter у період з 2021 по 2024 рік. Зразки охоплюють пости, коментарі, підписи до зображень та фрагменти дискусій, що належать до неформального англomовного медіадискурсу. Відібрані приклади відображають широкий спектр мовних відхилень на рівні словотвору, морфології та синтаксису.

У межах дослідження було використано низку загальнонаукових та спеціальних лінгвістичних **методів дослідження**. Загальнонаукові методи аналізу, синтезу, узагальнення та класифікації дозволили систематизувати наукові підходи до вивчення медіадискурсу, окреслити поняттєво-термінологічну базу дослідження та виокремити ключові характеристики соціальних мереж як комунікативного середовища. *Описовий* метод використовувався для фіксації й опису граматичних явищ, які виявляються в дискурсі соціальних мереж. *Контент-аналіз* дозволив

здійснити систематичний відбір матеріалу та кількісне опрацювання мовних одиниць. *Порівняльний аналіз* було залучено для зіставлення знайдених конструкцій з нормативними граматичними моделями англійської мови. *Дискурсивний аналіз* використовувався для інтерпретації виявлених конструкцій у контексті їхнього функціонального навантаження, а також для з'ясування прагматичних чинників порушення граматичних норм. Додатково використовувались елементи *кількісного аналізу* для статистичного узагальнення частотності виявлених явищ.

Наукова новизна полягає в тому, що вперше здійснено комплексний аналіз граматичних девіацій у медіадискурсі англійськомовних соціальних мереж із класифікацією їх на рівні словотвору, морфології та синтаксису. Новизна полягає також у типологізації цих явищ з урахуванням їхньої функціональної мотивації, а також у здійсненні кількісного зіставлення, що дозволяє виявити найхарактерніші напрямки трансформації граматичної системи англійської мови в умовах цифрового комунікативного середовища.

Теоретичне значення роботи полягає у розширенні розуміння природи мовної норми як гнучкої, динамічної системи, що схильна до змін під впливом соціальних, технологічних і комунікативних чинників. Результати дослідження можуть бути використані при подальшому вивченні динаміки мовних змін, формуванні оновлених граматичних описів сучасної англійської мови, а також у дослідженнях медіалінгвістики, соціолінгвістики та стилістики цифрового дискурсу.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їхнього застосування у навчально-методичній діяльності під час розробки програм з лінгвістики медіа, сучасної англійської граматики, стилістики, а також у курсах з перекладу неформальних текстів і аналізу дискурсу. Матеріали дослідження можуть стати основою для формування корпусів неформального мовлення в цифровому просторі.

Результати дослідження були апробовані у формі тез на тему “Соціальні мережі як платформа для формування англійськомовного медіадискурсу” на низці

наукових заходів, зокрема на науковій конференції “Актуальні проблеми лінгвістики, літературознавства та методи викладання іноземних мов”, яка відбулась 27.03.2025 в онлайн форматі за посиланням на платформу Zoom [66]. Також практичні приклади девіацій з різноманітних соцмереж були висвітлені у статті “Граматичні конструкції з відхиленням від правил, характерні для англомовного дискурсу” у збірнику “Магістерські студії”, 6 Випуск, 2025 року Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича [65].

Структура роботи відповідає логіці її реалізації і включає вступ, три основні розділи, висновки, список використаних джерел та додатки. У вступі обґрунтовується актуальність теми, визначається мета та завдання дослідження, описуються методологічні підходи. Перший розділ присвячений теоретичним засадам медіадискурсу та соціальних мереж, де розглядаються поняття медіадискурсу, його характеристика в сучасній лінгвістиці, соціальні мережі як платформа для формування англомовного дискурсу, особливості мовних стратегій, а також синтаксичні, морфологічні та граматичні характеристики дискурсу із прикладами відхилень від норм; розділ завершується висновками. Другий розділ фокусується на морфологічних та словотвірних конструкціях із відхиленням від правил у цифровому медіадискурсі, детально аналізує лінгвістичні параметри словотвірних порушень і морфологічну варіативність у контексті соціальних мереж та підсумовується висновками. Третій розділ присвячений синтаксичним конструкціям із відхиленням від правил на матеріалі соціальних мереж, включає аналіз синтаксичної нестабільності, фрагментації речень, еліпсису та парцеляції, а також кількісне зіставлення типів граматичних відхилень, що дозволяє визначити їх частотність і домінуючі моделі використання, і завершується висновками. Робота підсумовується загальними висновками, містить список використаних джерел (60 джерел, з яких 25 – англомовні) і ілюстративного матеріалу, а також додатки, що містять приклади проаналізованих уривків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАДИСКУРСУ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

1.0. Вступні зауваження

Розділ присвячено теоретичному обґрунтуванню медіадискурсу як ключового феномена сучасної лінгвістики, що відображає глибинні трансформації комунікативних практик у цифрову добу. У межах дослідження зосереджено увагу на визначенні сутності медіадискурсу, його структурно-семантичних параметрів і функціональних характеристик, а також на аналізі соціальних мереж як середовища реалізації специфічного типу комунікації. Розглянуто мовні стратегії, притаманні цифровим платформам, та окреслено їхню роль у формуванні нових форм комунікативної поведінки. Особливе місце відведено вивченню граматичних конструкцій із відхиленням від усталених норм як індикаторів адаптації англійської мови до неформального, високодинамічного середовища цифрової взаємодії.

1.1. Поняття медіадискурсу та його характеристика в сучасній лінгвістиці

Потужний і швидкий сплеск модернізованих технологій у XXI столітті сприяє масовому зростанню уваги до безмежного потоку інформації, що істотно впливає на соціокультурні процеси та змінює традиційні уявлення про комунікацію. Людина сучасної епохи не уявляє свого життя без Інтернету, преси, телебачення та радіо, що є основними джерелами отримання інформації. У зв'язку з цим науковці запропонували нові терміни, такі як «медіатизована особистість» і «медіатизоване суспільство», які характеризують вплив медійного простору на індивіда та суспільні процеси загалом [2, с. 5].

Результатом активного вивчення лінгвістичних особливостей медіамови

стало формування нової дисципліни – медіалінгвістики. Об'єктом її дослідження є мова медіатекстів, яка підлягає науковому аналізу в контексті функціонально-стилістичних характеристик, внутрішньої структури та особливостей впливу на аудиторію [5, с. 24]. Становлення та розвиток медіалінгвістики як окремого напрямку сучасного мовознавства обумовлене не лише мовними чинниками, але й інформаційно-технологічними, соціальними та культурними трансформаціями. Зокрема, М. Телбот наголошує, що стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій і формування глобального інформаційного простору сприяли усвідомленню значення мови ЗМІ як інструмента впливу та комунікації [57, с. 28]. У результаті медіадискурс став предметом міждисциплінарних досліджень, охоплюючи політичну, економічну, соціальну, правову, філософську, просвітницьку та культурну сфери.

Медіадискурс є невід'ємною складовою мовленнєвої діяльності, що відображає соціальний розвиток, суспільні настрої та комунікативні стратегії [50, с. 47]. Його ретельний аналіз дозволяє не лише дослідити особливості мислетворення окремих індивідів та груп, але й визначити тенденції впливу медіапродукції на масову свідомість. Важливим аспектом дослідження є взаємозалежність між існуванням засобів масової інформації та їхньою аудиторією, оскільки сучасний соціум розвивається паралельно з комунікаційними процесами, що призводить до формування як позитивних, так і негативних змін у суспільстві.

На даному етапі варто зазначити, що у межах цього дослідження поняття медіадискурс, мас-медійний дискурс та дискурс масової інформації розглядаються як синонімічні. Такий підхід дозволяє зберегти термінологічну єдність та уникнути плутанини у процесі аналізу медіакомунікації. Ці терміни використовуються взаємозамінно для позначення дискурсивних процесів у просторі масової інформації та медіа [5, с. 24].

Поняття медіадискурс є багатозначним і не має єдиного трактування, що зумовлено складністю його природи та широким спектром

функціонування. У науковій літературі виділяють два основних підходи до його визначення. Згідно з першим підходом, якого дотримуються О. Беззубова [3], К. Рибачок [3], Дж. Карран [43], Дж. Річардсон [55] та Дж. Берідж [55] мас-медійний дискурс розглядається як специфічний тип мовленнєво-мисленнєвої діяльності, що притаманний виключно інформаційному простору мас-медіа.

Другий підхід, представниками якого є Д. Сизонов [29], М. Хендфорд [45], Дж. П. Джі [45], О. Ємельянова [60] та С. Шулік [60], трактує медіадискурс як будь-який вид дискурсу, що реалізується у сфері масових комунікацій через засоби масової інформації і є похідним від загальної концепції дискурсу. Ця концепція акцентує увагу на його міждисциплінарному характері, адже медіадискурс може містити елементи різних сфер діяльності та адаптуватися до конкретних комунікативних ситуацій. У результаті, у цьому випадку виокремлюють політичний, релігійний, науковий та культурний медіадискурси, які, попри їхні особливості, мають спільну основу – медійне посередництво. Вони потребують наявності стійких правил формування, інтерпретації та трансляції інформації, що забезпечує їхню структурованість та функціональність у суспільному просторі.

У даній роботі дотримуємося другої точки зору, розглядаючи медіадискурс як соціокультурно обумовлену мовленнєво-мисленнєву діяльність, що реалізується в мас-медійному просторі. Такий підхід дозволяє детальніше проаналізувати його структуру, комунікативні функції та вплив на аудиторію.

Загалом, аналізуючи наведені трактування, слід зазначити, що медіадискурс є одним із ключових типів загального дискурсу, проте його варто розглядати як окремий аспект комунікації. Д. Мак-Квейл переконаний, що він не лише забезпечує інформаційний обмін, але й виступає засобом впливу на суспільні настрої та формування громадської думки [51, с. 249]. Враховуючи його багатозначність та багатогранність, подальші дослідження у

сфері медіалінгвістики, на нашу думку, мають спрямовуватися на виявлення механізмів формування, інтерпретації та трансляції масової інформації у сучасному комунікативному просторі.

Д. Коритнік і С. Баранова зазначають, що ключова особливість мас-медійного дискурсу полягає не лише у формуванні певних знань, оцінок та образів об'єктів як результату мовленнєво-мисленнєвої діяльності, але й у демонстрації способів подачі інформації [11, с. 267]. Таким чином, у центрі мас-медійного дискурсу знаходяться не самі суспільно-політичні процеси, а методи їх опису й передавання. У цьому аспекті медіадискурс виконує посередницьку функцію, створюючи знання та адаптуючи інформацію відповідно до потреб широкої аудиторії.

Як пояснює В. Павленко, у межах медіадискурсу відбуваються складні процеси конвертації інформації у смисли, що включає перехід знання з одного рівня (інституційного) на інший (повсякденний), інтеграцію різних типів інформації (політичної, розважальної, рекламної, новинної тощо) та формування певних інтерпретаційних моделей [24, с. 50]. Як наслідок, аналіз мас-медійного дискурсу, з одного боку, передбачає виокремлення суттєвих елементів процесу створення та трансляції смислів під час масової комунікації, а з іншого боку, зосереджується на визначенні ролі медійного контексту в процесі смислоутворення.

На думку І. Пянковської, медіадискурс функціонує як єдність змісту та форми, діяльності та результату, інструменту та ефекту. Він виконує нормативну та регулятивну функцію, що впливає на комунікативну ситуацію, формуючи усталені моделі опису та тематизації дійсності [27, с. 185]. У цьому аспекті медіадискурс можна розглядати як комунікативно-когнітивну діяльність, у межах якої суб'єкти масової комунікації формують специфічні норми подання інформації. Т. Коваль наголошує, що не лише тема визначає зміст та спосіб опису у медійному просторі, а й сам вибір теми зумовлюється загальними дискурсивними практиками та режимом продукування знання [10, с. 178].

Сучасний мас-медійний дискурс характеризується високою динамікою розвитку, що є наслідком інноваційних процесів у суспільстві. О. Суська вважає, що відображаючи актуальні зміни у соціальній, політичній та культурній сферах, медіадискурс не лише фіксує стан соціуму в певний історичний період, а й активно впливає на нього [33, с. 213]. Крім того, І. Демешко вважає, що одним із головних чинників, що визначають його особливості, є лінгвістичні та стилістичні засоби, які використовуються у процесі масової комунікації. Вибір певних мовних одиниць, граматичних структур та риторичних прийомів не лише сигналізує про мовні вподобання окремих груп, але й відображає загальні тенденції розвитку мови у певному комунікативному середовищі [6, с. 61].

Засоби масової інформації відіграють роль у формуванні соціального та культурного контексту, в якому приймаються індивідуальні та колективні рішення. О. Білик та В. Ганзін переконані, що медіадискурс тісно інтегрований у соціальні, особистісні та професійні стосунки, що надає йому значного впливу на свідомість адресатів. У цьому сенсі він може бути використаний як засіб досягнення певних комунікативних ефектів, що виходять за межі суто інформаційної функції. Медійний дискурс є провідним типом дискурсу, який охоплює всі аспекти інституціональної та повсякденної комунікації, впливаючи на громадську думку, соціальні преференції та світоглядні орієнтири [4, с. 35]. У такому контексті мова медіатекстів набуває особливого статусу як інструмент соціальної влади та засіб формування картини світу реципієнтів.

Загалом, дистинктивні ознаки медіадискурсу визначають його унікальність як феномену масової комунікації та інформаційної взаємодії. наукових дослідженнях пропонуються різні підходи до визначення ознак медіадискурсу. Наприклад, до основних характеристик медіадискурсу, на думку О. Черниш, належать такі його риси, як публічність, групова співвіднесеність, дисенсна орієнтованість, інсценування та масова спрямованість [34, с. 310]. Розгляньмо кожну з характеристик детальніше.

Публічність медіадискурсу є однією з його фундаментальних ознак. Вона означає відкритість інформації та її орієнтованість на масового споживача. Без публічного простору, в якому відбувається трансляція інформації, медіадискурс втрачає свою сутність. Водночас публічність не є абсолютною: ЗМІ регулюють рівень доступу до певних повідомлень, що впливає на їхню інтерпретацію аудиторією [54, с. 79]. Таким чином, масова комунікація формує інформаційний порядок денний, спрямовуючи увагу суспільства на конкретні теми та події.

Наступною важливою ознакою є групова співвіднесеність, що проявляється у тому, що адресант дискурсу, як правило, поділяє погляди своєї аудиторії або навпаки – прагне їх змінити через переконливу аргументацію та емоційний вплив. М. Хосравінік пояснює, що це створює ефект «інформаційної бульбашки», коли реципієнти взаємодіють лише з тими повідомленнями, що відповідають їхнім уже сформованим переконанням. Як наслідок, медіадискурс може сприяти не лише комунікативному порозумінню, а й поляризації суспільства [48, с. 91].

Особливою ознакою медіадискурсу є його дисенсна орієнтованість, що передбачає створення суперечностей з метою подальшої дискусії. В. Павленко підкреслює, що саме завдяки цій властивості медіадискурс не лише інформує, а й провокує суспільний діалог, спонукаючи аудиторію до активного осмислення поданої інформації. Використання конфліктних наративів, суперечливих точок зору, а також емоційно забарвлених висловлювань дозволяє залучити широку аудиторію та підтримувати її інтерес до певної теми [23, с. 15].

Інсценування та масова спрямованість є ще однією характерною рисою медіадискурсу. А. Скорик зазначає, що медіатексти часто використовують драматизацію та елементи театралізації для створення більш виразного емоційного ефекту. Це може включати використання яскравих заголовків, посилення контрастів між різними точками зору, наголос на персоніфікованих історіях, що дозволяють реципієнту ототожнювати себе з певними героями чи

ситуаціями. Водночас масова спрямованість означає, що дискурс одночасно впливає на різні соціальні групи, адаптуючись до їхніх специфічних запитів та очікувань [31, с. 76].

З іншого боку, А. Шугаєв акцентує увагу на таких характеристиках, як орієнтованість на масовий соціум, усеосяжність, регіональна прив'язаність, а також створення протиріч для стимулювання дискусії. Розглянемо ці підходи детальніше:

- орієнтованість на масовий соціум – це визначальна характеристика медіадискурсу, оскільки він спрямований на широку аудиторію. Публічність забезпечує ефективне функціонування медіадискурсу, адже без масового споживача інформація не має сенсу;
- усеосяжність означає охоплення різних сфер життя. Медіадискурс формує єдине інформаційне поле, яке впливає на всі аспекти суспільного життя;
- місце розташування та регіональна прив'язаність вказують на те, що медіадискурс залежить від територіальних особливостей. Кожний регіон має свої пріоритети, теми та характерні особливості подачі інформації;
- орієнтованість на протиріччя полягає у створенні дискурсивного питання, яке змушує аудиторію замислитися, сформулювати власну думку та взяти участь у суспільній дискусії. Саме ця характеристика робить медіадискурс потужним засобом впливу [35, с. 174-175].

Зважаючи на те, що передача інформації є головним завданням медіадискурсу, М. Кузнецова та Є. Четвертак зауважують, що його цілі охоплюють кілька важливих аспектів. По-перше, це опис ситуації та пояснення отриманої інформації, що забезпечує аудиторію необхідними знаннями про актуальні події. По-друге, медіа виконують функцію регулювання дійсності адресатів, мотивуючи їх до аналізу інформації, формування власних висновків та відповідних дій. По-третє, важливим завданням є вплив на свідомість реципієнтів через потік інформації, що

залежно від контексту може змінювати їхні переконання та світогляд. Нарешті, медіадискурс сприяє прогнозуванню майбутніх подій та наслідків тих чи інших факторів, що стимулює суспільство до обговорення можливих сценаріїв розвитку ситуації [49, с. 164]. Загалом аналіз цілей медіадискурсу свідчить про його здатність не лише передавати інформацію, а й конструювати реальність, формувати певні уявлення про світ, а також впливати на комунікативний простір шляхом інтерпретації подій, створення смислових структур та регулювання суспільного дискурсу.

Врешті, функціональне значення медіадискурсу полягає у його здатності впливати на суспільну свідомість, формувати соціальні орієнтири та визначати порядок денний. Основні функції медіадискурсу представлені на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Основні функції медіадискурсу

На думку І. Мірошніченко, основною функцією є інформативна, адже саме через медіа суспільство отримує відомості про події, явища та процеси, що відбуваються у світі. Водночас медіадискурс виконує соціалізуючу функцію, сприяючи інтеграції особистості у суспільне життя та закріпленню культурних норм. Не менш важливою є функція встановлення порядку денного, адже медіа визначають, які питання будуть у центрі громадської

уваги. Політична функція виявляється у здатності медіа впливати на політичні погляди, формувати ідеологічні настанови та мобілізувати громадян до певних дій. Окрім того, медіадискурс відіграє значну роль у формуванні громадської думки та масових настроїв, що реалізується через функцію впливу на свідомість. Разом із цим медіа можуть використовувати маніпулятивну функцію, спотворюючи реальність чи спрямовуючи увагу аудиторії у певному напрямку. Додатково медіадискурс виконує рекламну функцію, впливаючи на споживчу поведінку та економічні пріоритети суспільства [18, с. 228].

Отже, аналіз поняття медіадискурсу та його характеристик у сучасній лінгвістиці дозволяє зробити висновок, що медіадискурс є не лише засобом передачі інформації, а й потужним механізмом впливу на суспільну свідомість, соціальні процеси та комунікативні практики. Його особливості визначають специфіку його функціонування та зумовлюють його роль у формуванні громадської думки. Водночас, багатофункціональність медіадискурсу, вказує на його здатність не лише відображати реальність, а й конструювати її відповідно до комунікативних стратегій та цілей мас-медіа. Таким чином, у сучасному інформаційному суспільстві медіадискурс виступає як ключовий фактор у регулюванні суспільних процесів, що підкреслює необхідність його глибокого наукового аналізу, особливо з точки зору лінгвістичних засобів впливу та побудови комунікативного простору.

1.2. Соціальні мережі як тип медіадискурсу

У сучасному інформаційному суспільстві соцмережі беруть участь у комунікаційних процесах, значно впливаючи на міжособистісну взаємодію, а також на політичні й економічні сфери. Розвиток цифрових технологій сприяв їх інтеграції у повсякденну діяльність, трансформуючи механізми комунікації, поширення інформації та конструювання суспільної думки. У цьому контексті вивчення соціальних мереж як соціально-комунікативного феномену набуває особливої актуальності, оскільки дозволяє поглибити

розуміння їхнього впливу на різні аспекти суспільного життя.

У науковому дискурсі поняття "соціальна мережа" розглядається у різних аспектах, що зумовлено складністю та багатогранністю цього феномена. У своєму дослідженні Т. Айхнер, М. Грюнфельдер, О. Маурер та Д. Джегені дійшли до висновку, що поняття соціальна мережа може трактуватися у двох основних значеннях. По-перше, вона розглядається як структура, що складається з вузлових елементів і зав'язків між ними, що відповідає загальному уявленню про мережеву організацію соціальних зв'язків. По-друге, соціальна мережа визначається як "веб-сервіс, що забезпечує можливість комунікації великих груп людей та їх об'єднання у віртуальні спільноти за інтересами" [36, с. 223]. Таким чином, автори підкреслюють як структурний, так і функціональний аспекти існування соцмереж у сучасному суспільстві.

Процес комунікації у соцмережах розглядається у праці І. Ситдикової. Вона зазначає, що одним із ключових способів взаємодії користувачів у таких середовищах є обмін посиланнями. Це явище зумовлене спрощенням процесу комунікації: замість того, щоб пояснювати певну інформацію власними словами, користувачі можуть просто надсилати посилання на джерело, де вона викладена [30, с. 34]. Особливою рисою соціальних мереж, за спостереженнями А.-М. Лучак-Фокшей, є їхня неструктурованість та спонтанність дискусій, що виникають у процесі взаємодії користувачів [16, с. 64]. Така особливість відображає динамічний характер мережевої комунікації, де інформаційні потоки швидко змінюються, а нові теми та обговорення з'являються залежно від актуальних подій.

Дж. Берот також аналізує розширення функціональних можливостей соціальних мереж та їхнє проникнення у різні сфери суспільного життя. Він вважає, що соцмережі як прояв гіперконективності вже вийшли за межі міжперсональної комунікації. Вони перетворилися на платформи, що активно використовуються бізнесом, політикою, а також традиційними інститутами, зокрема монархією та церквою [37, с. 2551]. С. Тан та К. Марісса

підкреслюють, що в сучасному світі присутність у соцмережах є своєрідним імперативом, аналогічним до необхідності доступу до Інтернету кілька років тому. Крім того, соцмережі стали інструментом маркетингових стратегій, каналом поширення реклами, засобом інформування та взаємодії з клієнтами [58, с. 113-114]. Отже, вони перетворилися на ключові механізми формування громадської думки та підтримки комерційних і політичних ініціатив.

Поліфункціональність соціальних мереж є ще одним важливим аспектом їхнього вивчення. Н. Нерян зазначає, що соцмережі виконують широкий спектр функцій, серед яких можна виокремити компенсацію нестачі подій і емоцій у реальному житті користувачів, підвищення їхньої самооцінки, сприяння новим знайомствам та самопрезентації як вихованої й уважної особистості. Крім того, вони забезпечують платформу для інтерактивного обговорення актуальних питань, що відбувається у режимі полілогу, а також дають змогу отримувати емоційне задоволення від спілкування [20, с. 183]. Таким чином, соцмережі не лише виконують роль засобу інформаційного обміну, а й впливають на емоційний та соціальний стан користувачів, формуючи нові форми соціалізації та самовираження.

Тож ми можемо стверджувати, що соцмережі є складним соціально-комунікативним феноменом, що поєднує структурні, функціональні та психологічні аспекти. Вони слугують не лише каналом для поширення інформації, а й простором для соціалізації, ведення бізнесу, політичної діяльності та особистісного самовираження. Постійна трансформація соціальних мереж у сучасному цифровому суспільстві вимагає подальших досліджень їхнього впливу на комунікативні процеси, суспільні інститути та індивідуальні практики користувачів.

В контексті даного дослідження, соціальні мережі можна розглядати як особливий тип медіадискурсу, що формується на перетині традиційних мас-медіа та цифрової комунікації. Як вже було зазначено у 1.1 медіадискурс визначають як сукупність текстів і комунікативних практик, що реалізуються через медіа для впливу на суспільну свідомість і формування колективних

уявлень. Соціальні мережі, інтегруючи функції інформаційного розповсюдження, обміну повідомленнями та створення мультимодального контенту, демонструють усі ключові характеристики медіадискурсу, виступаючи як складна і багаторівнева платформа для конструювання англomовного комунікативного простору.

Важливим аспектом, що підтверджує належність соціальних мереж до медіадискурсу, є їхня роль у масовій комунікації. Платформи на зразок Facebook, Twitter, Instagram та TikTok слугують не лише засобами особистого спілкування, а й повноцінними каналами трансляції суспільно значущої інформації. Завдяки цифровій природі такі платформи забезпечують миттєве поширення контенту на глобальному рівні, уможливорюючи як горизонтальну (користувач – користувач), так і вертикальну (медіа – аудиторія) комунікацію [59, с. 270]. При цьому соціальні мережі часто виконують функції традиційних ЗМІ, перетворюючись на джерела новин, місця публічних дебатів або простори для політичної та культурної пропаганди.

На думку Г. Був'є, однією з визначальних рис соціальних мереж як медіадискурсивного явища є мультимодальність. Цифрове середовище сприяє поєднанню різних комунікативних кодів: текстуального, візуального, аудіального та кінетичного. Публікації в Instagram чи TikTok супроводжуються візуальними елементами, що посилюють семантичне навантаження повідомлення, тоді як дописи у Twitter часто містять меми або гіф-анімації, які виконують функцію вторинної семіотики [39, с. 154]. У такий спосіб формується новий тип дискурсу, де зміст передається не лише через вербальні засоби, а й через складні коди медіареальності, що сприяє створенню багаторівневої комунікації.

З іншого боку, Д. Опрера переконаний, що ключовим механізмом функціонування соціальних мереж як медіадискурсу є здатність користувачів не лише споживати контент, але й активно брати участь у його творенні та трансформації. На відміну від традиційних медіа, де аудиторія є переважно пасивним реципієнтом, соціальні мережі формують середовище активної

комунікації, де кожен користувач може виступати як автор, редактор і коментатор. Лайки, репости, коментарі та хештеги слугують інструментами дискурсивної навігації, що структурують інформаційні потоки та формують «вірусний» контент, здатний охоплювати мільйонні аудиторії за лічені години [53, с. 317]. У цьому контексті особливе значення набуває феномен інтернет-мемів як специфічної дискурсивної практики, що не лише відображає, а й активно формує суспільні настрої та колективні уявлення.

Тож, соцмережі можна цілком обґрунтовано вважати сучасним різновидом медіадискурсу, що поєднує традиційні функції масової комунікації з новими можливостями цифрового середовища. Вони не лише відображають мовні процеси, а й активно їх формують, сприяючи появі нових дискурсивних стратегій, гібридизації мов і прискоренню глобальної лінгвістичної динаміки.

Завдяки інтерактивності та мультимодальності соціальні мережі виступають не просто каналами комунікації, а потужними інструментами впливу на мовний ландшафт сучасного інформаційного суспільства. Динамічний розвиток цифрових технологій та глобалізаційні процеси сприяють тому, що соцмережі стають ключовими майданчиками для конструювання мовних практик, поширення нових лексичних одиниць та встановлення дискурсивних норм англomовної комунікації [52, с. 32]. Як зазначають Ф. Серджент та К. Тегг, соціальні мережі формують новий тип інформаційного суспільства, у якому мова виконує не лише комунікативну, а й ідентифікаційну функцію, відображаючи культурні та соціальні тенденції [56, с. 89].

Соцмережі як інтерактивне середовище змінюють характер мовного спілкування. Вони забезпечують миттєвий доступ до англomовного контенту, стимулюють використання англійської мови у повсякденній комунікації та сприяють виробленню нових мовних норм. К. Авдієвська та С. Баранова вважають, що комунікація у соцмережах є специфічною завдяки швидкому оновленню інформації, що призводить до появи та поширення нових слів,

фразеологізмів і мовних конструкцій у реальному часі [1, с. 78]. Ю. Зелена також додає, що важливим аспектом є неофіційність дискурсу, що надає можливість для творчого використання мови та експериментів із її формами [7, с. 102]. Крім того, взаємодія між культурами створює унікальне мовне середовище, у якому відбувається змішування діалектів, вплив різних варіантів англійської мови та запозичення лексичних одиниць з інших мов. Наприклад, дослідження М. Керна та його колег показує, що соцмережі є основним джерелом поширення лінгвістичних інновацій, які швидко інтегруються у сучасний англомовний дискурс [47, с. 507].

Як наслідок, К. Карр та Р. Хейс пояснюють, що формування англомовного дискурсу в соцмережах відбувається через кілька ключових механізмів (рис. 1.2.).



Рис. 1.2. Основні механізми формування англомовного дискурсу в соцмережах [41]

Важливу роль відіграють віртуальні спільноти, у яких відбувається стандартизація мови. Тематичні групи, форуми та об'єднання користувачів, що обговорюють актуальні питання різних сфер, виробляють певні мовні стратегії та норми, які поступово закріплюються у ширшому дискурсі. Г. Був'єр вважає, що дискурсивні практики, що виникають у соцмережах, суттєво впливають на формування соціальних уявлень та колективної ідентичності [38, с. 56].

Платформи на кшталт Twitter та Threads формують новий формат комунікації, що базується на лаконічності, меметичності та швидкому реагуванні на суспільні події. Англomовні твіти часто стають основою для подальшого поширення нових термінів та виразів. Як наголошує А.-М. Лучак-Фокшей, швидкість розповсюдження інформації у соцмережах сприяє створенню нових мовних патернів, що віддзеркалюють зміни у суспільстві [15, с. 58].

Меметична культура англomовного сегмента соціальних мереж сприяє закріпленню певних виразів, що набувають символічного значення. Наприклад, популярні англomовні меми можуть трансформувати сприйняття тих чи інших явищ та створювати нові культурні наративи. Н. Корольова та А. Грималюк зауважує, що меми виконують не лише розважальну функцію, а й є потужним інструментом соціального впливу та конструювання ідеологічних рамок дискурсу [12, с. 39].

Соціальні мережі використовують алгоритми персоналізації, які визначають, які повідомлення та новини будуть доступні користувачеві. Це сприяє формуванню окремих "інформаційних бульбашок", де певні мовні конструкції набувають особливої популярності. Як зазначають Т. Пальчун та О. Медвідь, ефект "інформаційного кокона" призводить до того, що англomовний дискурс фрагментується, створюючи локалізовані мовні спільноти з відмінними дискурсивними стратегіями [26, с. 121].

Отже, соцмережі є потужною платформою для формування та трансформації англomовного дискурсу. Вони сприяють розвитку нових мовних практик, розширенню функцій англійської мови та зміні способів її використання в глобальному комунікативному просторі. Завдяки соціальним мережам англomовний дискурс стає більш гнучким, інтерактивним і динамічним, що відображає сучасні тенденції розвитку цифрового суспільства. У контексті досліджень дискурсу важливо відзначити, що соціальні мережі не лише змінюють способи спілкування, а й створюють нові культурні та мовні реальності, що формують глобальні процеси комунікації.

1.3. Особливості мовних стратегій у соціальних мережах

Мовна стратегія є ключовим поняттям у сучасній лінгвістиці та комунікативних дослідженнях, оскільки вона визначає спосіб використання мовних ресурсів для досягнення певних комунікативних цілей. Це поняття охоплює широкий спектр явищ, пов'язаних із мовленнєвою поведінкою, вибором мовних засобів та їхньою адаптацією до контексту спілкування. Мовні стратегії застосовуються у різних формах дискурсу – від міжособистісного спілкування до офіційних виступів, від академічного письма до цифрової комунікації.

На думку О. Каптюрової, в основі мовної стратегії лежить усвідомлений або неусвідомлений вибір мовних одиниць та стилістичних прийомів, який сприяє ефективному передаванню інформації, впливу на співрозмовника або адаптації до умов комунікативної ситуації [46, с. 91].

Англомовний дискурс у соцмережах вирізняється специфічними мовними стратегіями, що формуються під впливом технологічних особливостей цифрового середовища, соціокультурних факторів та динаміки онлайн-комунікації. Ці стратегії забезпечують ефективність обміну інформацією, адаптацію до мультимодального контенту та швидку інтеграцію нових мовних явищ у повсякденне спілкування користувачів. Наприклад, П. Флореду та Ф. Кабіду виділяють дві основні мовні стратегії: стратегію конденсації інформації та стратегію гібридизації мов.

Однією з ключових мовних стратегій є конденсація інформації, що проявляється у прагненні до максимальної стислості висловлювань та економії мовних засобів. О. Сеньків та О. Лентяка вважають, що така тенденція пояснюється як технічними обмеженнями деяких платформ, так і специфікою сприйняття інформації в цифровому середовищі, де користувачі взаємодіють з великими обсягами контенту у мінімальний проміжок часу [28, с. 381]. Конденсація досягається через використання акронімів та аббревіатур, які значно скорочують обсяг повідомлень без втрати змісту, наприклад, *OMG*

(*Oh My God* [40]), *IMHO* (*In My Humble Opinion* [40]), *BRB* (*Be Right Back* [40]), *LOL* (*Laughing Out Loud* [40]). Також поширеним є застосування графічних та числових замін, що спрощують написання і зменшують кількість символів у повідомленні, як-от *и* замість *you*, *4* замість *for*, *2* замість *to*. Більше того, вагому роль відіграє гештегізація, яка дозволяє структурувати та категоризувати контент, полегшуючи його пошук і залучення до дискусій, наприклад, *#breakingnews*, *#trending*, *#love*. Ще одним проявом конденсації є активне використання емодзі, стікерів та GIF-анімацій, що виконують функцію заміщення традиційних мовних конструкцій, додаючи виразності та емоційності комунікації [37, с. 2548].

Іншою значущою мовною стратегією є гібридизація мов, яка, як зазначають І. Зозуля та Д. Білоус зумовлена глобалізацією та багатомовним характером онлайн-спільнот. Це явище проявляється у поєднанні англійської мови з іншими мовами, що призводить до формування нових мовних варіантів [8]. Наприклад, у результаті мовного змішування виникають такі феномени, як *Spanglish* [61] (поєднання англійської та іспанської [40]), *Hinglish* [61] (комбінація англійської та гінді [40]), *Singlish* [61] (англомовний варіант, поширений у Сінгапурі [40]). Одним із проявів цієї стратегії є кодове перемикання, тобто зміна мов у межах одного речення або повідомлення, що є типовим для багатомовних користувачів соціальних мереж. Наприклад, у висловлюванні *Let's grab some tacos después del trabajo* [61] спостерігається чергування англійської та іспанської мов, що є зручним способом комунікації у двомовному середовищі. Гібридизація також включає активне запозичення іншомовних слів, які адаптуються до англійської мови та стають частиною загального лексикону. До таких слів належать *hygge* [64] (запозичене з данської, означає «затишок» [40]), *tsundoku* [64] (японське слово, що описує явище нагромадження непрочитаних книг [40]), *fomo* [64] (*fear of missing out*), що передає тривожне відчуття пропущених можливостей [40].

Існує погляд, згідно з яким мовна стратегія залежить від комунікативної стратегії, оскільки остання визначає загальні принципи комунікації, тоді як

мовна стратегія слугує інструментом її реалізації. У межах сучасної лінгвістики комунікативну стратегію визначають як «певний спосіб організації мовленнєвої поведінки, що реалізується відповідно до задуму та інтенцій комуніканта» [9, с. 106]. Вона також трактується як «загальний план мовленнєвої діяльності, який знаходить своє вираження у виборі та реалізації комунікантом певних поетапних мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення остаточної комунікативної мети» [21, с. 183]. Л. Соколовська у своїх дослідженнях розглядає комунікативну стратегію як надмету, що об'єднує комплекс мовленнєвих дій, які необхідні для досягнення комунікативного результату [32, с. 93]. Узагальнюючи підходи дослідників, комунікативну стратегію можна розглядати як підготовлену мовленнєву дію, що забезпечує досягнення прагматичного результату в комунікації.

У контексті соцмереж С. Коулман та К. Росс виокремлюють три основні комунікативні стратегії: Я-стратегію (саморепрезентація та створення віртуального образу), Ти-стратегію (адресованість та інтерактивність) і Ми-стратегію (інтеграція та підтримка співтовариства) [42, с. 57]. Кожна з них передбачає відповідний набір мовних стратегій, що сприяють ефективній реалізації комунікативних намірів користувачів.

Ти-стратегія базується на прямому зверненні до співрозмовника або групи співрозмовників, що створює ефект безпосередньої комунікації та залучення. Однією з найпоширеніших мовних стратегій у межах цієї стратегії є вітання, які можуть бути спрямовані як на конкретних адресатів, так і на широку аудиторію [22, с. 99]. Наприклад, звернення «*Hello, everyone, have a great day, all the best!*» [62] спрямоване на всіх користувачів, які можуть побачити повідомлення, створюючи відчуття включеності в розмову. Інший приклад – «*Hi friends! How are you all?*» [62], що має більш неформальний і дружній характер, підкреслюючи тісніший зв'язок між комунікантами. Ще однією важливою тактикою є безпосереднє звернення до конкретних осіб або потенційних співрозмовників. Це може проявлятися у використанні прямих згадок або ж у загальних звертаннях до аудиторії. Наприклад, вислів «*Good*

morning bro, hope all is well with you!» [62] демонструє персоналізоване спілкування, орієнтоване на підтримку зв'язку між користувачами. У свою чергу, звернення на кшталт *«Attention ladies and gentlemen! It's nighttime, make it the best night you've ever had...»* [63] є більш загальним і спрямованим на широку публіку.

Постановка питань або проблем, які вимагають відповіді, також є ефективною мовною стратегією в межах Ти-стратегії. Такий прийом стимулює активну взаємодію та створює передумови для подальшої дискусії [25, с. 58]. Наприклад, питання *«I have a question: do you prefer blondes, brunettes, or redheads?»* [61] не лише заохочує користувачів до відповіді, а й формує основу для розмови. Аналогічно, питання, що стосуються спільних інтересів, як-от *«The main question in the fandom right now: which character is your favorite?»* [61], сприяють залученню учасників до обговорення.

Важливу роль у Ти-стратегії відіграють висловлення захоплення, підтримки та компліменти. Наприклад, повідомлення *«Omg, I love that picture!»* [63] демонструє емоційну реакцію на контент іншого користувача, що сприяє налагодженню позитивних соціальних зв'язків [42, с. 82]. Подібним чином, вирази на кшталт *«Congrats on reaching one million followers! You are awesome and you totally deserve this!»* [63] підкреслюють схвалення та підтримку, що є важливим елементом соціальної взаємодії в цифровому середовищі.

До того ж, у межах цієї стратегії широко застосовуються вітальні та побажальні формули, що сприяють формуванню доброзичливої атмосфери серед учасників комунікації. Наприклад, вислів *«Congratulations! Wish you good luck on this special day!»* [62] не лише виконує функцію привітання, а й підсилює соціальну згуртованість між комунікантами. Так само побажання, як-от *«Happy birthday to all of you in advance!»* [64], можуть бути звернені як до конкретних осіб, так і до ширшої аудиторії. Окремо варто відзначити тактику подяки, що також відіграє важливу роль у комунікативному процесі. Наприклад, вислів *«Thank you, I just feel so, so lucky and I really appreciate your*

support» [62] виражає емоційне ставлення мовця до аудиторії, підкреслюючи значущість їхньої взаємодії [42, с. 84].

На відміну від Ти-стратегії, Ми-стратегія спрямована на формування спільнот та об'єднання користувачів за певними ознаками. К. Ладоня зауважує, що вона реалізується на кількох рівнях, серед яких виокремлюються виділення певної групи користувачів як окремої соціальної одиниці та створення спеціалізованих спільнот за інтересами [14, с. 108]. Так, у повідомленні «*Dear Facebook users, today I realized my life has no Adventure Time merch*» [63] спостерігається звернення до всієї аудиторії платформи, що підкреслює приналежність мовця до певної групи. Інший приклад – «*Dear Twitter users, do you post the same thing on both platforms or save some exclusive posts for Facebook?*» [64] – також демонструє апеляцію до широкої спільноти. Ми-стратегія може також містити звернення до окремих підгруп користувачів, що об'єднані спільними інтересами. Наприклад, повідомлення «*Good morning, fashionistas!*» [62] спрямоване виключно на прихильників моди, що автоматично звужує коло потенційних адресатів. Подібні звернення сприяють формуванню внутрішньої ідентичності групи та підсиленню її згуртованості.

Особливе місце у Ми-стратегії займає тактика ініціювання дискусій через постановку питань, які є важливими для всієї групи [19, с. 128]. Наприклад, у повідомленні «*Fifteen of the most stunning wedding dresses we spotted during Bridal Market – which one would you wear?*» [61] не лише надається інформація, а й пропонується активне залучення аудиторії до обговорення.

Отже, англomовний дискурс у соцмережах є динамічним і багатогранним явищем, що відображає взаємодію різних мовних стратегій. Конденсація інформації сприяє ефективності комунікації, гібридизація мов демонструє відкритість англійської мови до міжкультурної взаємодії, а її динамічність забезпечує швидку адаптацію до нових мовних реалій. Ці процеси формують сучасні практики цифрового спілкування та впливають на

еволюцію англомовного дискурсу у глобальному контексті. Комунікативні стратегії є важливими інструментами цифрової комунікації, що дозволяють користувачам встановлювати контакт, підтримувати соціальні зв'язки та формувати спільноти. Вони ґрунтуються на різних мовних стратегіях, що сприяють результативній взаємодії у цифровому просторі та формують сприятливе середовище для комунікації.

1.4. Граматичні девіації, характерні для англомовного медіадискурсу

Неформальний характер цифрового спілкування суттєво змінює граматичні норми англійської. Ми бачимо, як у дискурсі соціальних мереж зростає кількість граматичних помилок. Це прямий наслідок вимог онлайн-комунікації: потрібно бути швидким, лаконічним та експресивним. У процесі такої взаємодії користувачі намагаються вмістити максимум інформації у стислі терміни, що часто призводить до свідомого чи несвідомого порушення сталих правил. Письмова мова в соціальних мережах наближається до усного мовлення, що сприяє використанню скорочених форм, спрощених структур та неповних речень.

Граматичні помилки є невід'ємною частиною мовленнєвої діяльності, що виникають як на рівні усного, так і писемного мовлення. У письмовій комунікації вони можуть впливати на сприйняття інформації, рівень формальності тексту та загальне враження про автора. Особливо актуальною ця проблема стає в умовах цифрового спілкування, де швидкість комунікації та відсутність жорстких мовних норм сприяють появі численних порушень граматичних правил. Соціальні мережі як один із провідних засобів сучасної взаємодії є середовищем, у якому спостерігається значна кількість таких помилок. Незважаючи на те, що подібні відхилення часто не заважають розумінню змісту повідомлення, вони можуть свідчити про низький рівень мовної грамотності та знижувати загальну якість дискурсу.

Граматичні помилки мають різну природу та можуть виникати на

різних рівнях мовної системи. Вони обумовлені як індивідуальними особливостями мовця, так і зовнішніми чинниками, зокрема впливом розмовної мови, особливостями письмового онлайн-спілкування та недостатнім рівнем знання граматичних норм. Оскільки кожен рівень мовної системи має власні правила та закономірності, відхилення від них призводять до різних типів граматичних помилок (рис. 1.3.).



Рис. 1.3. Типологія граматичних помилок у соціальних мережах

Традиційна класифікація граматичних девіацій охоплює три ключові категорії: дериваційні (словотвірні), морфологічні та синтаксичні помилки. Дериваційні помилки (або словотвірні) є наслідком порушення встановлених норм у сфері утворення лексичних одиниць. Вони можуть проявлятися у нерегламентованому використанні афіксальних елементів (префіксів, суфіксів) або у зміні стандартних моделей словотворення, що, в результаті, продукує ненормативні мовні форми. Морфологічні помилки стосуються неправильного функціонування граматичних категорій, притаманних частинам мови, таких як граматичний рід, число, відмінок, а також часові, способові та інші морфологічні ознаки слів. Синтаксичні помилки є відхиленнями від норми у структурі та композиції речення, а також його компонентів. До цієї групи належать порушення принципів узгодження та керування слів, а також некоректне поєднання елементів у складі однорідних членів речення. [17, с. 89]. Розгляньмо кожну з груп помилок детальніше.

« Словотвір є розділом мовознавства, що вивчає способи творення нових слів, їхню структуру та закономірності формування. У межах цього

процесу важливу роль відіграють морфеми – найменші значущі одиниці мови. Основними способами словотворення в англійській мові є суфіксальний, префіксальний, словоскладання, аббревіація та конверсія» [13, с. 238]. Словотвірні помилки виникають у разі неправильного застосування цих моделей, що призводить до утворення лексично некоректних або невластивих мові форм. Хоч вони і трапляються рідше, ніж морфологічні та синтаксичні, однак вони все ж мають місце.

Одним із найпоширеніших типів словотвірних помилок є утворення іменників за допомогою непродуктивних або невластивих суфіксів. Це відбувається внаслідок надмірного узагальнення словотвірних моделей, коли носії мови або користувачі соціальних мереж інтуїтивно додають поширені афікси до основ, які в нормативній системі не допускають такого поєднання. Як результат, виникають гібридні або граматично некоректні форми, що не відповідають стандартним моделям англійського словотвору.

Інший тип відхилень пов'язаний із творенням прикметників шляхом використання непродуктивних або помилково обраних суфіксів. У таких випадках спостерігається підміна морфемної структури нормативних форм, коли мовці намагаються створити нові одиниці за аналогією до наявних слів, не враховуючи закономірностей частиномовної деривації. Це призводить до появи ненормативних прикметників, утворених поза межами узвичаєних словотвірних моделей.

Окрему групу становлять словотвірні порушення, що стосуються дієслівної деривації. Найчастіше вони полягають у спробах створити нові дієслова шляхом приєднання продуктивних суфіксів до основ, які не утворюють дієслів у стандартній англійській мові. Такі новотвори відображають тенденцію до експресивності та прагнення користувачів до мовної інновації, однак з позицій граматичної норми залишаються некоректними.

Не менш поширеними є помилки у сфері префіксації, коли до основи додаються префікси, що не відповідають семантичним або морфологічним

особливостям твірного слова. Це явище засвідчує прагнення мовців до утворення антонімічних форм за аналогією до регулярних моделей, однак без урахування обмежень, властивих англійській системі афіксації. Унаслідок цього виникають форми, які не закріплені у словниковому складі мови та порушують принципи дериваційної сумісності.

Отже, словотвірні помилки у медіадискурсі соціальних мереж є типовим проявом креативної мовної поведінки користувачів, для якої характерне інтуїтивне, а не системне оперування словотвірними моделями. Такі відхилення свідчать про процеси мовної динаміки та розширення меж допустимого у межах неформального комунікативного середовища, де норма дедалі частіше підпорядковується принципам спонтанності, експресивності та інноваційності.

До іншого класу помилок належать морфологічні відхилення. Морфологія як галузь граматики зосереджується на вивченні внутрішньої структури слова, його граматичних ознак та варіативності форм, зумовленої його синтаксичною функцією в реченні. [13, с. 243-4244]. Морфологічні помилки виникають внаслідок недотримання нормативних правил словозміни та синтаксичного узгодження лексем відповідно до їхніх морфологічних параметрів. До базових граматичних категорій, які найчастіше підлягають деформації, належать: рід, число, відмінок, ступінь порівняння, особа, час, спосіб, стан і вид. Розглянемо найбільш поширені морфологічні помилки в англomовному сегменті соціальних мереж.

Одним із найпоширеніших типів морфологічних помилок є неправильне узгодження граматичного роду. Це явище зумовлене як міжмовною інтерференцією, так і антропоморфізацією, властивою неформальному спілкуванню, коли неживим об'єктам або тваринам приписуються ознаки істот. Подібні порушення часто виникають унаслідок зміщення фокусів між граматичним та природним родом, що призводить до вживання невідповідних займенникових форм. У межах сучасного мовного вжитку також спостерігається порушення гендерної нейтральності, коли

граматично нейтральні іменники (наприклад, позначення професій) узгоджуються із займенниками чоловічого або жіночого роду всупереч принципам інклюзивної комунікації.

Іншою частотною групою морфологічних помилок є відхилення, пов'язані з категорією числа. Типовими є випадки неправильного утворення форм множини – як через узагальнення регулярних моделей на неправильні іменники, так і через хибну спробу формалізувати множину у незлічуваних іменниках. Такі порушення свідчать про тенденцію до спрощення морфологічної системи англійської мови та відображають зниження ролі нормативної рефлексії у швидкому неформальному мовленні.

Значну групу становлять також помилки, пов'язані з неправильним уживанням займенників – особових, присвійних і зворотних. Їхня поява пояснюється частим ототожненням функціонально близьких форм, що зумовлює втрату чіткої межі між синтаксичною та морфологічною функцією займенника. Подібні випадки є типовими для розмовного регістру та молодіжного сленгу, де точність граматичних структур поступається емоційній виразності.

Помітною є також група відхилень, що стосується категорії ступеня порівняння прикметників і прислівників. Типові порушення полягають у надмірному дублюванні морфологічних показників або неправильному комбінуванні аналітичних і синтетичних форм. Такі помилки виникають унаслідок нерозрізнення функціональних рівнів порівняння та тенденції до інтенсивного вираження ознак, що властива емоційно забарвленому мовленню соціальних мереж.

Окремо виділяються морфологічні порушення, пов'язані з категорією особи, часу, способу та стану дієслова. Найчастіше вони проявляються у формі неправильних закінчень, узгодження підмета з присудком, некоректного вибору допоміжних дієслів або помилкового вживання форм неправильних дієслів. Такі явища відображають зниження контролю за граматичною структурою висловлення та вплив усного мовлення, де

граматичні норми часто замінюються інтуїтивними моделями.

Отже, морфологічні помилки у цифровому комунікативному просторі є наслідком загальної тенденції до спрощення мовних структур, редукції нормативності та підвищення ролі експресивно-комунікативних чинників. Їхнє функціонування свідчить про динамічні процеси у системі сучасної англійської мови, де межа між нормою і відхиленням стає дедалі відноснішою, а мовна гнучкість дедалі частіше домінує над граматичною правильністю.

Врешті, Синтаксичні помилки є останнім типом мовних недоліків. Синтаксис — це розділ граматики, який досліджує, як правильно будувати словосполучення та речення. Він встановлює правила розміщення слів і зв'язків між ними. Основна функція синтаксису забезпечити граматичну коректність усіх конструкцій, що, у свою чергу, гарантує зрозуміле та точне вираження авторської думки. [13, с. 247]. Синтаксичні дефекти виникають внаслідок відхилень від системних правил конструювання речень, що має потенційний наслідок у вигляді появи двозначності або граматичної неунормованості мовленнєвого акту. Порушення порядку слів є однією з провідних різновидів синтаксичних помилок. Характерною рисою англійської мови є ригідна (фіксована) позиція членів речення, що контрастує з моделями інших мов, зокрема української, де позиційна варіативність слів є значно вищою. Недотримання цього структурного імперативу може компрометувати смислове наповнення висловлення, роблячи його непрозорим для інтерпретації.

Найпоширенішим різновидом синтаксичних порушень цього типу є неправильне розташування прислівників, особливо прислівників частоти (*always, usually, often, sometimes, never*), які мають усталене місце у структурі речення. В англійській мові позиція прислівника залежить від наявності допоміжного дієслова: він розташовується перед основним, але після допоміжного. Відхилення від цієї схеми змінює синтаксичну організацію висловлення, що негативно позначається на його граматичній правильності.

Іншим різновидом синтаксичних помилок є порушення порядку прикметників при поєднанні кількох означень одного іменника. У нормативній англійській граматиці існує чітка послідовність розташування прикметників – від більш суб'єктивних характеристик до більш об'єктивних: спочатку висловлюється оцінка, потім розмір, вік, форма, колір, національність, матеріал та функціональне призначення предмета. Недотримання цієї послідовності створює штучність мовного виразу й порушує природну синтаксичну ритміку речення.

Ще однією частотною групою синтаксичних помилок є порушення порядку слів у питальних конструкціях, що полягає у відсутності інверсії між допоміжним дієсловом і підметом. Оскільки інверсія є основним граматичним засобом вираження питального характеру висловлення, її ігнорування призводить до формальної невідповідності речення комунікативному типу.

Таким чином, синтаксичні помилки, пов'язані з неправильним порядком слів, є одними з найбільш розповсюджених у соціальних мережах. Вони можуть стосуватися розташування прислівників, прикметників та утворення питальних конструкцій. Дотримання правил побудови речень не лише сприяє точності висловлення думки, а й робить дискурс більш зрозумілим для сприйняття.

Отже, граматичні помилки у соціальних мережах є розповсюдженим явищем, що має системний характер. Найбільш частотними є морфологічні та синтаксичні порушення, які зумовлені як впливом усного мовлення, так і невимушеним стилем спілкування в цифровому середовищі. Попри те, що такі помилки не завжди впливають на розуміння змісту, їхнє уникнення сприяє підвищенню загального рівня мовної грамотності та культури письмового мовлення в англомовному просторі соціальних мереж.

Проте варто зазначити, що розглянуті нестандартні граматичні конструкції, які виникають у цифровому середовищі, не сприймаються носіями мови як помилки, а радше як стилістичний прийом або

альтернативна форма вираження. У соціальних мережах традиційні норми зазнають модифікації відповідно до потреб комунікативної ситуації, що відображає загальні тенденції мовної варіативності. Граматичні відхилення можуть мати прагматичне значення, наприклад, створювати ефект неформальності, наближеності, емоційного забарвлення чи навіть гумору. У цьому контексті важливо розглядати такі явища не як прояви мовної деструкції, а як механізми адаптації, що відповідають новим умовам функціонування мови в цифровому просторі.

Формування нових мовних норм у медіадискурсі є динамічним процесом, у межах якого певні відхилення від традиційних граматичних правил можуть отримати статус варіативних норм. Те, що колись сприймалося як помилка, в сучасних умовах може закріпитися як одна з прийнятних форм. Цей процес спостерігається на різних рівнях мови, від морфологічних інновацій до синтаксичних перебудов. Важливим аспектом є те, що такі модифікації не є випадковими, а мають прагматичне підґрунтя, адже вони слугують засобами ефективного вираження думок у середовищі, де традиційні мовні засоби можуть виявитися недостатньо оперативними або експресивними.

Таким чином, аналіз мовних особливостей цифрової комунікації демонструє, що відхилення від усталених норм в більшості випадків не є проявом мовної деградації, а радше відображенням змін у комунікативних потребах суспільства. Мова соціальних мереж є інструментом, що адаптується до цифрового середовища, і в цьому контексті нестандартні граматичні конструкції, скорочення, неологізми та інші прояви варіативності слід розглядати як закономірний етап мовної еволюції, що відповідає вимогам сучасної комунікації.

Висновки до розділу 1

Узагальнюючи вищевикладене, можна зробити висновок, що медіадискурс є однією з найбільш динамічних та впливових форм сучасної

комунікації, яка відіграє ключову роль у формуванні суспільної свідомості, інформаційного простору та міжособистісної взаємодії. Його основними характеристиками є публічність, масова спрямованість, групова співвіднесеність, дисенсна орієнтованість та інсценування, що разом забезпечують його ефективність у впливі на аудиторію. Основні його цілі полягають в описі та поясненні подій, регулюванні дійсності, впливі на свідомість та прогнозуванні можливих сценаріїв розвитку ситуацій. Завдяки своїм функціям – інформативній, соціалізуючій, маніпулятивній, політичній та розважальній – медіадискурс не лише передає знання, а й активно конструює соціальну реальність, задає порядок денний та формує суспільні цінності. Таким чином, у сучасній лінгвістиці медіадискурс розглядається як складне комунікативне явище, що поєднує мовні, соціальні та психологічні аспекти, роблячи його потужним інструментом впливу та взаємодії в інформаційному суспільстві.

Соціальні мережі є важливим чинником у процесі формування англomовного дискурсу, забезпечуючи простір для розвитку мовних практик, інтеграції нових лексичних одиниць та модифікації комунікативних стратегій. Завдяки властивостям інтерактивності, мультимодальності та широкої доступності вони сприяють оперативному поширенню інформації та формуванню нових мовних норм у цифровому середовищі. Формування англomовного дискурсу в соціальних мережах відбувається під впливом низки факторів, серед яких визначальними є діяльність віртуальних спільнот, функціонування блогосфери та мікроблогінгу, поширення інтернет-мемів, а також алгоритмічне регулювання інформаційних потоків. Сукупність цих елементів зумовлює варіативність і динамічність дискурсивних практик, що призводить до їхньої постійної трансформації. Отже, соціальні мережі функціонують не лише як засіб комунікації, а й як інструмент формування та трансформації англomовного дискурсу, що віддзеркалює зміни в сучасному цифровому комунікаційному просторі.

Мовні стратегії в соціальних мережах є гнучким інструментом

комунікації, що адаптується до технологічних особливостей цифрового середовища та соціокультурного контексту спілкування. Вони спрямовані на забезпечення ефективного обміну інформацією, вираження емоцій, підтримку інтерактивності та формування онлайн-ідентичності користувачів. Однією з ключових особливостей мовних стратегій є прагнення до лаконічності, що реалізується через скорочення, символічні засоби та візуальні елементи. Водночас, багатомовний характер онлайн-комунікації сприяє активному змішуванню мов, що веде до появи нових гібридних форм мовлення. Комунікативні стратегії в соціальних мережах поділяються на ті, що орієнтовані на самопрезентацію, інтерактивність або створення спільнот. Кожна з них має власний набір мовних прийомів, що підсилюють комунікативний вплив і сприяють взаємодії між користувачами. Загалом, мовні стратегії у цифровому просторі є динамічним явищем, яке постійно розвивається під впливом технологічних змін, культурного середовища та особливостей поведінки користувачів.

Граматичні трансформації, що виникають під впливом неформальності в медіадискурсі, відображають суттєві зміни в мовних нормах, зумовлені специфікою цифрового спілкування. У контексті соціальних мереж і онлайн-комунікації спостерігається явне відхилення від традиційних граматичних правил, що пов'язано з прагненням до швидкості, економії мовних ресурсів і підвищеної емоційної виразності. Граматичні девіації, характерні для англomовного медіадискурсу, є невід'ємною частиною сучасної цифрової комунікації. Вони виникають внаслідок впливу різних факторів, серед яких найбільш значущими є усна природа онлайн-спілкування, економія мовних ресурсів, а також динамічність і багаторівневність медіапростору. Аналіз граматичних помилок у соціальних мережах засвідчив, що вони можуть проявлятися на різних мовних рівнях, зокрема у словотворі, морфології та синтаксисі. Словотвірні помилки часто пов'язані з некоректним використанням префіксів і суфіксів, що призводить до утворення нефункціональних або ненормативних слів. Морфологічні

помилки охоплюють неправильне вживання граматичних категорій, зокрема форми часу, способу, роду, числа та відмінка. Водночас синтаксичні відхилення здебільшого стосуються порушень порядку слів, узгодження членів речення та граматичних зв'язків між ними.

Однак, ці граматичні відхилення не варто сприймати як мовні помилки, оскільки вони виконують важливу прагматичну функцію: сприяють швидкому та ефективному обміну інформацією, підвищують експресивність і створюють атмосферу близькості та неформальності в спілкуванні. З огляду на ці процеси, можна стверджувати, що граматичні зміни під впливом неформальності є закономірним етапом мовної еволюції, адже вони відповідають новим вимогам комунікації в цифровому середовищі, де головними чинниками стають швидкість, ефективність і емоційна виразність. Ці трансформації свідчать про гнучкість та адаптивність мови до змінюваних умов спілкування, що є важливим аспектом розвитку сучасного медіадискурсу.

РОЗДІЛ 2

МОРФОЛОГІЧНІ ТА СЛОВОТВІРНІ ДЕВІАЦІЇ У АНГЛОМОВНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

2.0. Вступні зауваження

Розділ присвячено дослідженню морфологічних і словотвірних девіацій у сучасному англomовному медіадискурсі. Розкрито граматичні характеристики англomовного дискурсу соціальних мереж як основи для виявлення девіацій. Визначено лінгвістичні параметри словотвірних порушень у межах цифрової комунікації. Проаналізовано морфологічну варіативність і порушення граматичних норм як прояв адаптації англійської мови до неформального середовища спілкування.

2.1. Граматичні характеристики англomовного дискурсу соціальних мереж

Соціальні мережі сформували особливий простір комунікації, у межах якого мовні норми зазнають трансформації відповідно до специфіки цифрового спілкування. Одним із ключових аспектів цієї трансформації є зміни на рівні синтаксису та морфології. Синтаксичні та морфологічні особливості дискурсу соціальних медіа визначаються такими факторами, як обмеження кількості символів, мультимодальність, інтерактивність і необхідність швидкої передачі інформації. Через ці особливості текстова комунікація в Threads, Instagram, Facebook, Twitter і подібних платформах набуває специфічних рис, які відрізняють її як від усного, так і від традиційного писемного мовлення.

Соціальні мережі створюють специфічний дискурсивний простір, у межах якого синтаксичні характеристики дискурсу зазнають значної трансформації. На відміну від традиційних письмових жанрів, дискурс соціальних мереж має тенденцію до скорочення, економії мовних засобів, емоційного вираження та інтерактивності.

Однією з ключових синтаксичних рис дискурсу у соціальних мережах є їхня лаконічність і схильність до фрагментації. Через обмеження кількості символів (наприклад, 280 у Twitter, 500 у Threads, 2000 в Instagram), користувачі часто відмовляються від розгорнутих конструкцій на користь коротких речень або навіть окремих слів. Наприклад, у Threads можна побачити такі дописи: «*Finally did it!* 🎉 *#Success*» [61]. Ця структура демонструє економію мовних засобів і водночас зберігає експресивність. В Instagram поширені подібні записи: «*New video up! Check it out!*» [62], які передають інформацію швидко та без зайвих пояснень. У Twitter часто зустрічаються новинні повідомлення типу «*Breaking: Major announcement coming soon. Stay tuned*» [64], де ключові слова виділяють суть, а решта контексту залишається невираженою.

Фрагментованість дискурсу проявляється також у широкому використанні номінативних конструкцій і пропущенні дієслів. Наприклад, можна зустріти дописи типу «*Summer vibes. Beach. Sunset. Perfect evening*» [62] в Instagram або «*Meeting today. Urgent. Be there*» [63] у Facebook. У цих випадках замість повноцінного розгорнутого речення автор використовує окремі іменники, створюючи ефект списку ключових понять.

У соціальних мережах широко поширений еліпсис, тобто опущення слів, що легко відновлюються з контексту. Наприклад, у Twitter можна побачити «*(I) Need coffee. Now*» [64], де підмет *I* залишається невираженим, але очевидним. У Facebook поширеними є висловлювання на зразок «*(It is) So cold outside!*» [63], де скорочується допоміжне дієслово, що робить дискурс більш динамічним і розмовним.

Парцелярні конструкції також є характерною рисою соціальних мереж. Вони розбивають речення на кілька частин, створюючи динамічний стиль дискурсу. Наприклад, у Threads зустрічаються дописи на кшталт «*Can't believe it. Just happened*» [61], що підкреслюють важливість події через поділ речення. В Instagram подібні структури на зразок «*The best day ever. No doubt*» [62] додають дискурсу експресивності та підкреслюють емоційний компонент

висловлення.

Попри тенденцію до стислості, в соціальних мережах зустрічаються й розлогі речення, особливо в аналітичних або наративних постах. Наприклад, у Facebook можна знайти висловлення типу «*Just finished reading this incredible book, and I have so many thoughts about it that I can't even begin to describe how much it has changed my perspective on life and everything around me*» [63], де багатокomпонентна структура сприяє розгорнутій аргументації та детальному опису. В Instagram зустрічаються публікації на зразок «*The way the colors blend in the sky during sunset, forming a surreal painting that looks almost too perfect to be real, is just mesmerizing*» [62], що підкреслює емоційний опис через складнопідрядні конструкції.

Для залучення аудиторії користувачі часто використовують запитальні речення, риторичні запитання й звернення. У Twitter популярні записи типу «*Who else is excited for the weekend?*» [64], що стимулюють взаємодію з читачами. У Facebook можна зустріти конструкції на зразок «*Is it just me, or is this the best coffee ever?*» [63], які використовують риторичне запитання для підкреслення особистих вражень.

Задля підкреслення певних аспектів повідомлення автори часто застосовують інверсію. В Instagram можна натрапити на висловлення на кшталт «*Never have I seen such a stunning sunset!*» [62], що використовує змінений порядок слів для посилення виразності. У Threads можливі дописи типу «*So excited, I am!*» [61], що імітують стилістику драматичного висловлення.

Врешті, ще однією характерною синтаксичною особливістю є використання переліків без сполучників (асиндетон), що робить дискурс динамічнішим. Наприклад, у Twitter можна зустріти «*Morning coffee. Gym. Emails. Meetings. Repeat*» [64], де короткі іменникові конструкції створюють ритм. В Instagram популярні записи типу «*Love. Laughter. Friendship. That's all we need*» [62], що структурують висловлення у вигляді списку цінностей.

Таким чином, на рівні синтаксису дискурс соціальних мереж часто

характеризується лаконічністю, фрагментованістю, широким використанням еліпсису, парцелярних конструкцій і номінативних речень. Це дозволяє авторам повідомлень створювати динамічні, експресивні й водночас економні за структурою висловлювання.

З іншого боку, соціальні мережі формують унікальний мовний простір, у межах якого морфологічні характеристики дискурсу також зазнають суттєвих трансформацій. На відміну від традиційного писемного мовлення, що підпорядковується нормам літературної мови, комунікація в соціальних медіа характеризується економією мовних засобів, високою варіативністю граматичних форм і активним використанням розмовних елементів. У цьому контексті особливої уваги заслуговують такі морфологічні явища, як спрощення словозміни, переважання неповних граматичних конструкцій, часте використання емфатичних форм, експресивних суфіксів і сленгових утворень. Аналіз матеріалу з платформ Threads, Instagram, Facebook і Twitter дозволяє виявити тенденції, що визначають специфіку морфології дискурсу соціальних мереж.

Найпомітнішою морфологічною особливістю дискурсу є подовження слів через повторення однієї й тієї ж літери в корені або суфіксах. Це явище використовується переважно з експресивною метою, надаючи дискурсу емоційного забарвлення, підсилюючи певний зміст або імітуючи інтонаційні характеристики усного мовлення. У Twitter можна часто зустріти подібні подовження в коментарях або реакціях на дописи, наприклад: «*Noooo way!!!*» [64] або «*Sooo happy for youuuu!*» [64], де довші голосні вказують на протяжне вимовляння, що передає емоційний стан мовця. У Threads аналогічні конструкції застосовуються для підкреслення емоцій, наприклад: «*This is amaaazing!!!*» [61] або «*Whaaat?!*» [61], де повторення голосної *a* передає подив чи захоплення. В Instagram така морфологічна особливість активно використовується в підписах до фото або в коментарях. Наприклад, під світлиною з подорожі можна побачити коментар: «*Beauuuutiful view!*» [62], а під знімком страви – «*Yumtuuuy!*» [62]. Такі форми передають підсилення

емоційної оцінки та створюють враження невимушеної, природної комунікації. Врешті, у Facebook подовження голосних і приголосних часто зустрічається в реакціях на новини або пости друзів. Наприклад: «*Ohhh nooo, so sorry!*» [63], що виражає жаль або співчуття, чи «*Yesss, finally!*» [63], де подовжене *s* підкреслює ентузіазм і радість.

Ще одним із поширеним морфологічних явищ є спрощення словозміни. Через необхідність лаконічного викладу інформації в коротких повідомленнях користувачі часто опускають закінчення слів або використовують усічені форми. Наприклад, у Twitter можна зустріти конструкції на кшталт «*Gonna grab coffee*» [64], де *gonna* є скороченим варіантом від «*going to*». Аналогічно, у Threads поширені фрази на зразок «*Wanna join?*» [61], що демонструють усічення допоміжного дієслова та його злиття з основним дієсловом.

У соціальних мережах також простежується тенденція до вживання експресивних суфіксів, особливо в неформальному спілкуванні. Наприклад, у Facebook популярні слова на кшталт «*Cutie*» [63], «*Bestie*» [63], що містять зменшувально-пестливі суфікси, які формують дружній і неофіційний тон висловлювання. В Instagram широко використовуються подібні утворення: «*Tired AF*» [62], де «*af*» (скорочення від «*as f****») виконує функцію підсилення.

У соцмережах спостерігається значний вплив сленгу та новотворів, які часто виходять за межі традиційної морфологічної системи. Наприклад, у Threads і Twitter активно використовуються скорочені форми слів: «*brb*» [64] (*be right back*), «*lmk*» [64] (*let me know*), «*idk*» [61] (*I don't know*), які суттєво спрощують комунікацію. У Facebook і Instagram набули поширення новотвори, створені шляхом злиття кількох слів, наприклад, «*staycation*» [62] (поєднання *stay* та *vacation*), «*hangry*» [63] (злиття *hungry* і *angry*), що є відображенням сучасної тенденції до словотворчої гнучкості.

Важливу роль у морфологічній структурі дискурсу соціальних мереж відіграють хештеги, які фактично виконують функцію особливого

словотвірного елемента. У Threads і Instagram можна зустріти утворення на зразок «*#MondayMotivation*» [62], «*#ThrowbackThursday*» [61], які поєднують кілька слів в одну неподільну одиницю. Ці конструкції не підлягають традиційним морфологічним правилам, оскільки втрачають властиві їм флексії, проте залишаються змістовно насиченими.

Загалом, морфологічні характеристики дискурсу соціальних мереж демонструють значну гнучкість і адаптивність. Синтез номінативних конструкцій, скорочених форм, сленгових елементів і новотворів формує унікальну мовну систему, яка значною мірою відрізняється від традиційного писемного мовлення. Соціальні мережі є майданчиком для експериментування з морфологічними структурами, що в свою чергу сприяє динамічному розвитку цифрової комунікації.

Отже, соціальні мережі є середовищем, де мовні інновації розвиваються найшвидше, адаптуючись до потреб користувачів. Такі трансформації не лише впливають на спосіб вираження думок, а й формують нові комунікативні стратегії, що дозволяють ефективніше взаємодіяти у цифровому просторі. Дослідження цих процесів є важливим не лише для лінгвістики, а й для аналізу впливу технологій на мовну динаміку в сучасному світі.

2.2. Лінгвістичні параметри словотвірних порушень у структурі англomовного медіадискурсу

У межах сучасного англomовного медіадискурсу, зокрема в соціальних мережах, фіксується зростаюча кількість словотвірних девіацій, що є свідченням як креативного потенціалу користувачів, так і певної ерозії усталених мовних норм. Такі відхилення переважно виникають у спонтанному неформальному мовленні та зумовлені обмеженою обізнаністю щодо словотвірних закономірностей англійської мови. Загалом серед словотвірних порушень, притаманних медіадискурсу, можна виокремити п'ять репрезентативних груп: непродуктивне новоутворення, префіксальні

помилки, пов'язані з неправильним вибором префікса, префіксальні порушення через непродуктивне вживання, а також помилки, що виникають унаслідок неправильного чи непродуктивного вживання суфіксів (див. додаток А). Розгляньмо їх детальніше.

У межах аналізу словотвірних девіацій в англomовному медіадискурсі, особливу увагу становлять порушення, пов'язані із суфіксацією. Цей тип помилок є розгалуженим, оскільки процеси утворення слів за допомогою суфіксів тісно пов'язані зі словниковими традиціями, усталеними дериваційними моделями та обмеженнями сполучуваності. Користувачі соціальних мереж часто намагаються створити нові слова або адаптувати існуючі під власну мовну інтуїцію, нехтуючи при цьому нормами англійської деривації. В результаті утворюються лексеми, які є морфологічно невмотивованими або семантично аномальними. Суфіксальні помилки можна умовно поділити на дві групи: непродуктивне використання суфіксів, коли утворене слово не має відповідника в стандартному лексиконі, і неправильний вибір суфікса, коли продуктивний дериваційний процес реалізовано на основі помилкового афікса.

До першої підгрупи належать приклади, де суфікс приєднується до основи у спосіб, що не відповідає правилам англійської словотворчості. Так, у реченні «*I'm feeling super **exhaustful** after today's workout 🥱 no energy left fr*» [64] зафіксовано вживання форми *exhaustful*, яка не функціонує в англійській мові. Суфікс *-ful*, хоч і є продуктивним, використовується з іменниками (*hopeful, useful*), але не з дієсловами типу *exhaust*, до яких зазвичай приєднується *-ed* для вираження стану. Правильним варіантом у цьому випадку є прикметник *exhausted*, що означає «виснажений»: *I'm feeling super **exhausted** after today's workout*.

Подібна ситуація спостерігається у прикладі «*This party is so **funfull** 🎉🔥 can't stop dancing!!*» [62], де створено неіснуючу похідну *funfull*. Суфікс *-ful* не вживається з іменником *fun*, який сам по собі функціонує як прикметник у неформальному вжитку. Оптимальним варіантом було б ужити

просту лексему *fun* або переформулювати речення у стилістично природніший спосіб: *This party is so fun, I love it!* Ще один приклад – «*That's a very **overconfidentful** claim 🗨️ let's not go there*» [63], де неправомірно поєднано лексему *overconfident* із суфіксом *-ful*, що створює надлишкове подвійне підсилення. В англійській мові *overconfident* уже є прикметником із вираженим семантичним навантаженням, тому суфікс *-ful* у такому контексті є дериваційно недоречним: *That's a very **overconfident** claim*.

У реченні «*Feeling **inspiredable** after yoga session 🧘🌟 ready to conquer the day*» [61] маємо невмотивоване використання суфікса *-able*, який загалом продуктивний, але лише за наявності дієслівної основи, що передає активну дію. У поєднанні з *inspired* така форма виглядає надлишковою, а отже – граматично некоректною. Отже, правильний варіант: *Feeling **inspired** after yoga session*. Аналогічно в реченні «*He's really an **inspirable** person 🌟 always pushing others forward*» [62] використано похідну *inspirable*, яка не має закріплення у словниковому складі мови. Правильною формою є *inspirational* або *inspiring*, залежно від прагматичного навантаження: *He's really **inspirational** person*.

Не менш поширеними є приклади утворення лексем із використанням непродуктивних суфіксів. Наприклад, у вислові «*He's a true **inspirator** to me 🌟 like seriously, he motivates everyone*» [61] застосовано суфікс *-ator*, який хоч і присутній в англійській мові (*creator, generator*), проте не узгоджується з дієслівною основою *inspire* у цій формі. У нормативному вживанні закріплено іменник *inspiration* або *inspirer/inspirational figure*. Наприклад: *He's a true **inspiration** to me*. Аналогічно, у прикладі «*She's an **advicer** you can actually trust 📁🌟*» [61] маємо помилкове вживання суфікса *-er* для творення професійного іменника. Правильною формою є *advisor*, де суфікс *-or* є семантично і граматично виправданим: *She's an **advisor** you can trust*.

Окрему увагу слід приділити формам на зразок «*That's pure **awkwardosity** 🤪 secondhand embarrassment is real*» [64], де вжито *awkwardosity* – штучне утворення зі суфіксом *-osity*, що, хоча й функціонує в

таких словах як *curiosity* чи *generosity*, не може бути застосоване до прикметника *awkward*. Єдиним нормативним відповідником у цьому випадку є *awkwardness*: *That's pure **awkwardness***. Також порушення дериваційної традиції спостерігається в реченні «*It was a great **remindment** of childhood  felt so nostalgic*» [61], де помилково використано суфікс *-ment*. У сучасній англійській мові іменник від дієслова *remind* утворюється за допомогою *-er*: *reminder*: *It was a great **reminder** of childhood*.

Інший тип помилок пов'язаний із невмотивованим розширенням основи подвійним суфіксуванням, як у реченні «*That movie was so **disappointening**  don't waste your time, y'all*» [63]. У формі *disappointening* наявне одночасне приєднання суфіксів *-en* і *-ing*, що створює граматичну надмірність. В англійській мові правильною активною формою дієприкметника є *disappointing*. Отже, правильний варіант: *That movie was so **disappointing**, don't waste your time*.

Суфіксальні порушення можуть також спричинити появу небажаної двозначності або семантичної нечіткості. Так, у прикладі «*Your comment is completely **misunderstandable**  please explain*» [61] слово *misunderstandable* є рідковживаним і стилістично маргінальним. Його структура хоч і формально можлива, але функціонально малоприйнятна. Для досягнення бажаного комунікативного ефекту доцільніше вжити конструкцію на зразок *hard to understand* або *unclear*: *Your comment is completely **unclear** / **hard to understand***.

Серед інших показових прикладів варто згадати: «*This app is super **userable**  even my grandma gets it lol*» [63], де неправомірно утворено прикметник *userable*; нормативною є конструкція *user-friendly*. Подібну помилку спостерігаємо і в наступному прикладі: «*This outfit is totally **trendable**  serving looks all day*» [62], де правильним варіантом є *trendy*.

Окремі приклади демонструють надлишкове або нефункціональне суфіксування: «*That's so **relaxful**, I could stay here forever  *» [62] – замість нормативного *relaxing*; «*I need a **relaxment** after this long day *» [62] –

замість усталеного *relaxation*; «*I'm feeling kinda **uselessness** today 🙄 not my best vibe*» - замість *useless*; «*It's so **troubleness** to deal with 🙄 no patience left*» - замість *troublesome*; «*That was pure **boredomness** 🙄 nothing happened the whole night*» - замість *boredom*.

Ще одним характерним прикладом є вислів «*The vibe was very **partyning** 🧑🏻🧑🏻 *pure chaos but fun**» [62], у якому новоутворення *partyning* являє собою непродуктивну деривацію із застосуванням суфікса *-ing* до іменника *party*. Така форма не є нормативною і не функціонує у складі англійського дієслівного ряду. Морфологічно вона намагається передати активну атмосферу вечірки, але для позначення подібної характеристики доцільно скористатися аналітичною конструкцією, наприклад: *The vibe was very party-like*.

Нарешті, цікавим прикладом неологічної гри зі словотвіром є фраза «*He's a total **thinkerist** 🧠 always deep in some next-level thoughts*» [64], де утворено гібридну лексему *thinkerist*, що поєднує *thinker* і суфікс *-ist*. Хоча подібне утворення може сприйматися як жартівливе або стилістично креативне, у межах нормативної мови правильною є форма *thinker*: *He's a total **thinker**, always deep in thought.*»

Окрім суфіксальних девіацій, у медіадискурсі соціальних мереж фіксуються також префіксальні словотвірні порушення, які, хоча й трапляються дещо рідше, все ж демонструють характерні системні зрушення у вживанні префіксів. Ці помилки нерідко свідчать про спроби користувачів інтуїтивно сконструювати заперечні або модифіковані форми слів, нехтуючи при цьому традиційною сполучуваністю морфем у межах англійської дериваційної системи.

У низці прикладів виявляються систематичні помилки, пов'язані з некоректним вибором префіксів, що суперечить словотвірній традиції англійської мови. Наприклад, у вислові «*That was totally **inpolite** of him 🙄 I expected better*» [63] порушено норму вживання префікса: замість нормативного *im-* ужито *in-*, який у такій позиції є морфологічно несумісним

із коренем *polite*. Слово *inpolite* не функціонує у словниковому складі англійської мови; натомість нормативним є варіант *impolite*, що граматично та фонологічно узгоджується з основою. Подібну закономірність демонструє речення «*I feel so **inconfident** sometimes 😞 imposter syndrome is real*» [62], де вживання *in-* у слові *inconfident* є хибним, адже у нормативному вжитку фігурує прикметник *unconfident*. У цьому випадку помилка зумовлена надмірною генералізацією префікса *in-* як універсального маркера заперечення.

Інший тип порушення виявляється у прикладі «*This decision feels kinda **nonlogical** to me*» [61], де відбувається інтерференція з латинською моделлю заперечення: замість нормативної форми *illogical* ужито похідне *nonlogical*, яке, хоча й може здаватися інтуїтивно зрозумілим, не має закріплення у сучасному слововживанні. У прикладі «*Totally **unrespectful** behavior 🙄 not cool at all*» [64] спостерігається некоректне вживання *un-* замість усталеного *dis-* у лексемі *disrespectful*. У слові *respectful* префікс *un-* не функціонує як засіб утворення антоніма, і єдиною нормативною формою є *disrespectful*, що ігнорується у поданому випадку. Такий самий тип помилки повторюється в реченні «*His actions were totally **unrespectful** 😞 I'm done with him*» [64], яке, крім морфологічного порушення, містить також механічну орфографічну помилку, що посилює загальне враження відхилення від мовної норми.

У реченні «*We're not **unagreeing**, we're just... unsure 😊*» [64] автор уживає форму *unagreeing*, яка є неузгодженою з нормативною словотвірною парою *agree – disagree*. Префікс *un-* у цьому випадку є нефункціональним, оскільки не утворює дієслівної заперечної форми в межах цього кореня. Схожим є приклад «*It's **unpossible** to deal with all that today 😞 don't talk to me*» [64], де замість нормативного *impossible* застосовується форма *unpossible*. Тут наявна помилка вибору префікса, що суперечить усталеній формі, обумовленій не лише фонетичною, а й етимологічною адаптацією. Аналогічна логіка простежується у вислові «*I felt really **unsecure** during the meeting 😞 like no one listened*» [64], у якому слово *unsecure* не є нормативною

формою у вжитку для позначення емоційного стану. Хоча лексема *unsecure* технічно існує, вона позначає фізичну або технічну небезпеку, тоді як у контексті почуттів правильним є прикметник *insecure*.

Не менш показовим є приклад «*She looked so **undecisive** about it 🤔 girl just pick something*» [62], де похідна *undecisive* вживається замість нормативного *indecisive*. У цьому разі неправильне вживання префікса зумовлене ігноруванням латинської моделі словотворення, в межах якої *in-* функціонує як стандартний префікс заперечення. Подібна ситуація фіксується у реченні «*He's so **unresponsible** sometimes 😞 like pls get it together*» [63], де префікс *un-* не утворює нормативної заперечної форми від *responsible*, тоді як прийнятним є лише варіант *irresponsible*, що закріплений у словнику.

Ще однією поширеною категорією є префіксальні девіації, що виникають унаслідок непродуктивного вживання морфем – тобто застосування префіксів до основ, із якими вони не сполучаються в межах словникової системи мови. Так, у реченні «*Feeling very **dishopeful** today 😞 nothing makes sense anymore*» [61] спостерігається використання слова *dishopeful*, яке в англійській мові не функціонує. Незважаючи на семантичну прозорість, поєднання *dis-* із прикметником *hopeful* є морфологічно некоректним. У нормативному вжитку фігурує *unhopeful*, хоча й вона є малопродуктивною формою, поступаючись поширенішому *hopeless*. Інший приклад – «*I just **disfriended** him 😞 ghosted me one too many times*» [63] – демонструє словотвірну креативність, яка, однак, виходить за межі усталеного вживання. У контексті соціальних мереж нормативними формами є *unfriend* або *defriend*, тоді як *disfriend* не входить до активного словника сучасної англійської мови. Нарешті, у вислові «*Her reaction was totally **ununderstandable**, tbh 🤔👉 I'm still confused*» [61] спостерігається надмірне нагромадження префіксації: подвійне заперечення (*un-* + *understandable*) не лише порушує стилістичну економію, а й є непродуктивним у межах англійської морфології. У цьому контексті доцільно вжити лексему *unintelligible* або *incomprehensible*, які належать до активного фонду мови.

Врешті, у межах загального масиву словотвірних девіацій, характерних для сучасного англomовного медіадискурсу, окрему категорію становлять непродуктивні словотвірні новоутворення, які виходять за межі традиційної дериваційної системи англійської мови. Йдеться про випадки, коли користувачі у неформальному спілкуванні конструюють нові лексеми або розширюють семантичне поле вже наявних, порушуючи при цьому загальноприйняті словотвірні моделі. Такі утворення часто є результатом спонтанної мовної креативності, прагнення до експресивності або мовної економії, проте вони не мають закріплення в системі мови, не входять до активного словника та не відповідають правилам сполучуваності морфем.

Наприклад, у реченні «*He's such a **realistic** friend 🥺 always there for me no matter what too*» [62] спостерігається лексико-словотвірне змішання понять, оскільки прикметник *realistic* зазвичай уживається для опису світоглядних чи когнітивних характеристик (наприклад, *a realistic view*, *realistic expectations*), тоді як у цьому випадку автор має на увазі щирість, емоційну відкритість або надійність. Словосполучення *realistic friend* таким чином втрачає лексичну узгодженість, а адекватним варіантом є: *He's such a **real** friend, always there for me.*

Приклад «*She's **overpositiving** everything 😊 it's cute but exhausting*» [61] демонструє спробу створення дієслова *overpositive* із подальшим приєднанням суфікса *-ing*. У такий спосіб формується гіпотетична дієслівна конструкція *overpositiving*, яка є повністю непродуктивною в англійській мові. Хоча значення в контексті зрозуміле – надмірне позитивне сприйняття реальності – така форма не підтримується ні морфологічно, ні семантично. Доцільніше трансформувати конструкцію в аналітичну: *She's **too positive** about everything.*

Яскравим прикладом штучного новоутворення є вислів «*I really enjoy your **bloggingship** 🥰 such creative content!*» [63], де слово *bloggingship* є некоректним утворенням, що поєднує герундій *blogging* із суфіксом *-ship*, який зазвичай вживається для позначення абстрактних понять (наприклад,

friendship, leadership). Така дериваційна конструкція не має жодної нормативної легітимності. Правильним варіантом у цьому контексті є вживання іменника *blog* або *posts*: *I really enjoy your **blog** / **posts***.

У реченні «*She just **selfied** the sunset  and it's actually kinda cute*» [62] фіксується словотвірна інновація, що полягає в вербалізації іменника *selfie*. Така трансформація не є нормативною, хоча в неформальній мові процес перетворення іменників у дієслова (так зване *conversion*) є доволі поширеним. Тим не менше, *to selfie* не є граматично усталеним дієсловом, і з огляду на стильову нейтральність доцільніше використовувати фразеологічну конструкцію: *She just **took a selfie** of the sunset*. У вислові «*He **privated** his account again  what's he hiding now?*» [64] спостерігається ще одна спроба вербалізації прикметника – цього разу *private*. Утворене дієслово *to private* не входить до нормативної граматичної системи, тоді як семантичну функцію цього вислову можна адекватно реалізувати за допомогою перефразування: *He **made** his account **private** again*.

Нарешті, приклад «*I'm so **hangerful** rn  someone feed me pls *» [61] є зразком гібридного словотвору – штучного злиття понять *hunger* та *anger* (що утворюють добре відоме неологізм *hangry*), однак у цьому випадку до гібридної основи додано непродуктивний суфікс *-ful*. Отримане слово *hangerful* є незрозумілим, стилістично перевантаженим та семантично недоречним. Тому правильний варіант: *I'm so **hangry** right now, need food ASAP*.

Загалом, словотвірні порушення в англomовному медіадискурсі відображають не лише ослаблення граматичної нормованості у межах цифрової комунікації, але й актуалізацію індивідуального мовного чуття, що проявляється в тенденції до ігрової креативності, емоційної насиченості та прагнення до стислості вислову. Водночас такі інновації часто порушують морфологічну й семантичну узгодженість лексем, що ускладнює їхнє сприйняття і потенційно призводить до зниження комунікативної ефективності. Таким чином, лінгвістичні параметри словотвірних девіацій у

медіадискурсі є показником водночас розмиття норми та мовної адаптивності в умовах цифрової доби, що потребує подальшого міждисциплінарного вивчення на перетині морфології, соціолінгвістики та когнітивної лінгвістики.

Окрім якісного аналізу словотвірних порушень, доцільним є також кількісне зіставлення їхніх типів для виявлення найчастотніших моделей. На рис. 2.1. наведено розподіл п'яти основних підгруп словотвірних відхилень у сучасному англomовному медіадискурсі, з урахуванням як абсолютної кількості випадків, так і їхнього відсоткового співвідношення. Такий підхід сприяє кращому розумінню специфіки дериваційних трансформацій у цифровому мовному середовищі.

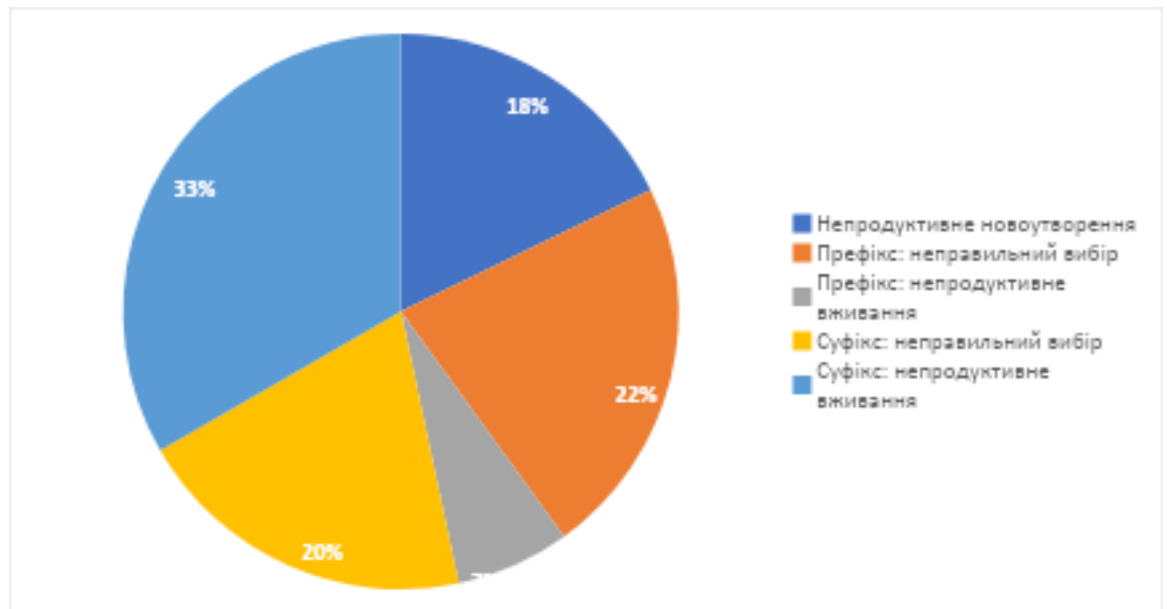


Рис. 2.1. Розподіл словотвірних помилок у структурі англomовного медіадискурсу

Рис. 2.1. демонструє чітку перевагу суфіксальних порушень, які загалом становлять 24 приклади (53% від усіх словотвірних відхилень). Серед них найчастотнішими виявилися випадки непродуктивного використання суфікса (15 прикладів), що може свідчити про прагнення користувачів мови до експериментування з новими лексичними формами, часто без урахування системних обмежень англійської деривації. Це відображає загальну

тенденцію до креативного мовлення в цифровому просторі, де мовна гра і свідомо деформація правил є поширеним явищем.

Префіксальні порушення становлять меншу частку (13 прикладів або 29%), проте також засвідчують активне втручання в усталені моделі словотвору, зокрема через неправильний вибір префікса або використання непродуктивних морфем. Натомість непродуктивні словотвірні новоутворення, які складають 18%, є свідченням спонтанної номінації або намагання створити неологізми поза межами нормативної системи мови. Такі випадки вказують на тенденцію до індивідуалізації мовлення та прагнення виразити новий зміст через лексичне новотворення.

Таким чином, кількісний розподіл підвидів словотвірних порушень дозволяє зробити висновок, що найбільш вразливою зоною є суфіксальна деривація. Це свідчить про складність засвоєння правил продуктивності суфіксів, а також про активне використання мовної креативності в межах цифрової комунікації. Загалом результати вказують на зміщення уваги від нормативності до експресивності, що є характерною рисою сучасного медіадискурсу.

2.3. Морфологічна варіативність і порушення граматичних норм у контексті цифрової комунікації

Загалом морфологічна варіативність у межах сучасного англomовного медіадискурсу охоплює низку типових граматичних відхилень, які стосуються категорій роду, числа, відмінка, ступеня порівняння, особи, часу, способу, стану й виду. Однією з найбільш помітних та систематичних є група помилок, пов'язана з категорією часу. Найчастіше це проявляється в неправильному утворенні дієслівних форм минулого часу та часів групи Perfect, а також у невмотивованому вживанні форм минулого часу після допоміжного дієслова *did*. Ці порушення, які набули особливої частотності в цифровій комунікації, є свідченням як впливу усного мовлення, так і тенденції до спрощення граматичних конструкцій у середовищі соціальних

мереж.

Однією з найтиповіших помилок є неправильне утворення минулої форми неправильних дієслів, де користувачі цифрового дискурсу часто утворюють так звані гіперкоректні або аналогічні до правильних дієслів форми. Наприклад, у реченні «*She **bringed** cupcakes to work*» [63] замість нормативної форми *brought* вживається помилкова *bringed*. Таке утворення форми відбувається за аналогією до правильних дієслів, де додавання закінчення *-ed* є стандартним способом формування минулого часу. Проте для неправильного дієслова *bring* це правило не працює, і тому вживання форми *bringed* є помилкою. Аналогічна ситуація спостерігається в реченні «*I **thoughted** he was joking* 🤪» [62], де правильна форма *thought* була неправомірно замінена на *thoughted*. Це свідчить про відсутність чіткого розуміння ієрархії неправильних дієслів та їх виняткових форм у медіакористувачів.

Подібні приклади зустрічаються і з іншими дієсловами. У висловлюванні «*She **catched** the bouquet* 🌸» [63] помилково вжито *catched* замість правильної форми *caught*. Це знову демонструє спробу штучного узгодження дієслова до регулярної моделі утворення минулого часу. У реченні «*He **drawed** that picture himself* 🎨» [64] спостерігається аналогічна помилка: вжито *drawed* замість нормативної форми *drew*. У прикладі «*She **forgetted** to bring her ID* 🪪» [63] дієслово *forget* також було помилково модифіковане як *forgetted*, тоді як правильна форма – *forgot*. Помилку утворення спостерігаємо і в реченні «*She **gived** me this gift* 📁» [63], де нормативна форма *gave* була замінена на *gived*. Така ж морфологічна хиба трапляється у висловлюванні «*My mom **teached** me how to bake* 🍰» [62], де замість правильної форми *taught* ужито форму *teached*, що, попри логіку формування правильних дієслів, не застосовується до дієслова *teach*. У реченні «*She **throwed** the ball super far* 🏐» [62] вжита некоректна форма *throwed* замість нормативної *threw*. Усі ці приклади демонструють характерну тенденцію до гіперрегуляризації – перенесення правил творення регулярних

дієслів на неправильні, що призводить до формування нефункціональних граматичних конструкцій.

Інша помітна група помилок стосується неправильного поєднання допоміжного дієслова *did* з основним дієсловом у формі минулого часу. Наприклад, у реченнях «*I didn't **knew** she was coming*» [61], «*He didn't **knew** what to say*» [64], «*They didn't **wanted** to join us*» [63] та «*He didn't **spoke** to anyone*» [64] спостерігається помилкове вживання форм *knew*, *wanted*, *spoke* після *didn't*, що суперечить граматичному правилу: після допоміжного *did* основне дієслово має вживатися в базовій (інфінітивній) формі – *know*, *want*, *speak*. Такі граматичні надмірності створюють ефект дублювання минулого часу й порушують нормативний баланс часових форм. Усі ці випадки мають бути виправлені відповідно до норми: *I didn't **know** she was coming*, *He didn't **know** what to say*, *They didn't **want** to join us*, *He didn't **speak** to anyone*.

У межах форм часу групи Perfect також спостерігаються численні відхилення. Зокрема, у реченні «*They has not **came** yet*» [63] порушено два правила: замість *has* має бути *have*, адже підмет *they* вимагає множинної форми допоміжного дієслова, а також *came* є помилковою заміною нормативної третьої форми *come*. У реченні «*My brother have **went** to Spain *» [62] ситуація зворотна: вжито *have* замість потрібного *has* для підмета в однині, і вжито *went* (форма минулого часу), тоді як потрібна третя форма *gone*. Правильні варіанти: *They have not **come** yet*, *My brother has **gone** to Spain*.

Аналогічну помилка в категорії часу зустрічаємо і в наступних прикладах. Наприклад, у реченні «*I've **took** the test*» [61] слід було вжити форму *taken*, у вислові «*He has **went** to Paris twice*» [61] – *gone*, у «*He has **did** all the work himself*» [64] – *done*. У реченні «*She have **drank** too much coffee *» [63] порушено як форму допоміжного дієслова (*has* замість *have*), так і основного дієслова (*drank* замість *drunk*). Аналогічно, у прикладі «*They haven't **wrote** anything yet*» [61] слід ужити форму *written*. Усі ці приклади демонструють труднощі з опануванням третьої форми неправильних дієслів, а також загальну нестабільність у формуванні конструкцій часів групи

Perfect.

Окремо варто звернути увагу на випадки, де взагалі пропущено допоміжне дієслово, необхідне для утворення граматично правильної перфектної форми. У реченнях «*I **seen** this meme before 😄*» [61], «*I **seen** that before somewhere 🙄*» [62] та «*Who else **seen** this before?*» [63] вжито *seen* як третю форму дієслова без допоміжного *have/has*, що є грубим порушенням правил англійської граматики. виправлення вимагає відновлення повної конструкції: *I **have seen** this meme before, I **have seen** that before somewhere, Who else **has seen** this before?*.

Також, у межах морфологічної варіативності цифрової англомовної комунікації ще однією з поширених груп граматичних відхилень виступають помилки, пов'язані з категорією особи, що переважно стосуються порушення граматичної узгодженості між підметом і присудком. Уживання дієслівних форм, неузгоджених із граматичною особою й числом підмета, набуває особливої частотності в середовищі соціальних мереж і є яскравим свідченням інтенсифікації процесів граматичного спрощення.

Насамперед, варто звернути увагу на порушення узгодження в конструкціях теперішнього часу, де підмети у множині помилково поєднуються з дієсловами у формі однини. Наприклад, у реченні «***This shoes is comfy!***» [63] спостерігається подвійна граматична помилка: вжито займенник *this*, притаманний однині, з іменником *shoes*, що функціонує як множина, а також використано форму *is* замість нормативного *are*. виправлений варіант має виглядати як *These shoes are comfy!*. Аналогічна помилка виявляється у вислові «*My shoes **is** wet 🙄*» [61], де дієслово *is* вжито з множинним підметом *shoes*. Граматично правильною є конструкція *My shoes are wet*. Порушення аналогічного типу спостерігається і в реченні «*His opinions **is** always loud 🙄*» [63], де множина *opinions* вимагає використання дієслова *are*, а не *is*, що дозволяє сформулювати правильну версію: *His opinions **are** always loud*.

Ще однією поширеною категорією помилок є неправильне узгодження

допоміжного дієслова *do/does* з підметом у третій особі однини. У прикладі «*He **do** his chores every Sunday*» [64] вжито дієслово *do* замість нормативної форми *does*, що суперечить правилу узгодження з підметом *he*. виправлений варіант: *He **does** his chores every Sunday*. У реченні «*He **don't** got no time to waste*» [63] поєднано кілька граматичних відхилень: допоміжне дієслово *don't* є некоректним щодо підмета *he* (мала б бути форма *doesn't*), а також відзначається подвійне заперечення через одночасне вживання *don't* і *no*, що є характерним для просторіччя, проте не відповідає нормативній граматиці. Коректною конструкцією буде: *He **doesn't** have any time to waste*. Подібний тип порушення виявляється у вислові «*She **don't** wants to go*» [61], де допоміжне дієслово *don't* слід замінити на *doesn't*, а дієслово *wants* на його базову форму *want*, оскільки в конструкціях з *does* дієслово вживається без закінчення *-s*. Таким чином, правильне речення має виглядати: «*She **doesn't** want to go.*» Ще один приклад – «*He **don't** likes this song 😊*» [64] – поєднує аналогічні помилки: уживання *don't* з підметом у третій особі однини і хибне утворення дієслова *likes*. Коректна форма: *He **doesn't** like this song*.

Окрему групу становлять помилки, пов'язані з невірним уживанням форм минулого часу дієслова *to be* – *was* і *were*. Так, у реченні «*We **was** invited to the party but couldn't go*» [63] відзначається невідповідність між підметом *we* та формою дієслова *was*, яка в нормативній граматиці узгоджується лише з однинною першої особи або третьої особи однини. У множині ж, як у цьому випадку, необхідно використовувати *were*: *We **were** invited to the party but couldn't go*. Аналогічна помилка фіксується у висловлюваннях «*We **was** gone before they arrived*» [64] та «*We **was** going to travel but plans changed*» [62], де замість форми *was* слід вживати *were*, тобто: *We **were** gone before they arrived* і *We **were** going to travel but plans changed*.

Порушення узгодження між підметом та дієсловом також наявне в реченні «*You **was** great tonight!*» [63], де замість *was* слід ужити *were*, оскільки займенник *you* (незалежно від числа) граматично поєднується з формою *were*. виправлена конструкція: *You **were** great tonight!* У прикладі «*The house **were***

sold last month 🏠» [64] підмет *house* є однинною, тому вжите дієслово *were* є помилковим. Нормативна граматична структура передбачає: «*The house was sold last month* 🏠.»

Ще один тип помилок – це хибне вживання форм *is* замість *are* при займенниках множини або відповідних іменниках. У реченні «*They is waiting for their orders*» [61] форма *is* не узгоджується із займенником *they*, що вимагає використання множинної форми *are*. Правильний варіант: *They are waiting for their orders*. Ідентичне порушення виявляється у вислові «*They is loving the new album* 🎵» [64], де форма *is* є некоректною для підмета у множині. Отже, речення має звучати: *They are loving the new album* 🎵.

До цієї ж групи належать помилки, де іменники множини поєднуються із формами, притаманними однині. Наприклад, «*Those ones is better*» [62] – неправильне поєднання *is* із множинним підметом *ones*. Граматично правильно: *Those ones are better*. У реченні «*This cats is always hungry*» [63] поєднано займенник *this* (однина) з іменником *cats* (множина) і дієсловом *is*. Правильна форма: «*These cats are always hungry*.»

Особливої уваги заслуговують речення з підметом *nobody*, який, хоч і передає значення множини, граматично розглядається як однина. У прикладах «*Nobody have called me today*» [64] та «*Nobody have done this challenge before*» [64] спостерігається порушення узгодження, оскільки допоміжне дієслово *have* не відповідає формальній категорії однини. У таких випадках нормативною є форма *has*: *Nobody has called me today* і *Nobody has done this challenge before*.

Цікавою є помилка у реченні «*Nobody don't want to do this*», де фіксується подвійне заперечення: *nobody* уже є заперечною формою, а додаткове *don't* створює логічну і граматичну суперечність. Крім того, дієслово *want* тут не узгоджується з формальним підметом у третій особі однини. Правильна форма має бути «*Nobody wants to do this*.» – із єдиним запереченням та граматичною узгодженістю дієслова.

У ще одній групі прикладів помилки пов'язані з ігноруванням правил

додавання закінчення *-s* до дієслів у третій особі однини. Так, у реченні «*He love football so much* 🏈» [61] відсутнє закінчення *-s*, яке має бути присутнє у формі *loves* у контексті підмета *he*. Правильне речення: *He loves football so much*.

Врешті, виявлено також приклади, де порушено семантичну та граматичну узгодженість між формальною кількістю підмета та формою дієслова. У реченні «*These news are shocking* 😬» [62] дієслово *are* є помилковим, оскільки іменник *news* в англійській мові має форму множини, але функціонує як незлічувана одиниця. У зв'язку з цим правильна конструкція має вигляд: «*This news is shocking* 😬.» У прикладі «*That dogs bark all night*» [64] вжито займенник *that*, що належить до однини, із іменником *dogs*, який є множиною. Таким чином, речення потребує заміни *that* на *those*: «*Those dogs bark all night*.»

Варто додати, що у межах морфологічних відхилень, зафіксованих у сучасному англomовному медіадискурсі, увагу також привертають помилки, пов'язані зі ступенями порівняння прикметників та числовими формами іменників. Попри те, що ці групи помилок є менш поширеними порівняно з категорією часу чи особи, вони все ж відзначаються стабільною присутністю в цифровому спілкуванні, виявляючи систематичні порушення граматичних правил англійської мови.

Одна з характерних помилок полягає в неправильному утворенні найвищого ступеня порівняння прикметників із нерегулярною формою. У реченні «*It was the baddest idea ever* 🦴» [61] прикметник *bad* помилково трансформовано за регулярною моделлю шляхом додавання суфікса *-est*, що є неприйнятним для цього лексичного елемента. У нормативному варіанті слід використовувати форму *worst*, яка є усталеною неправильною формою найвищого ступеня: *It was the worst idea ever*. Аналогічне явище спостерігається у висловлюванні «*He's the goodest boy ever* 🐶» [62], де прикметник *good* також має неправильну форму *best* у найвищому ступені порівняння. Отже, граматично правильна версія: *He's the best boy ever*.

Інша група помилок пов'язана з надлишковим поєднанням синтетичних та аналітичних форм ступенів порівняння. Наприклад, у реченні «*She is a **more kinder** soul than me*» [63] використано конструкцію *more kinder*, що є граматично надлишковою, оскільки прикметник *kind* утворює ступені порівняння синтетично – шляхом додавання суфікса *-er*. Отже, правильний варіант: *She is a **kinder** soul than me*. Подібне порушення спостерігається у прикладі «*She's **more happier** now after moving*» [62], де форма *more happier* є тавтологічною, оскільки прикметник *happier* уже містить ступеневий суфікс. Нормативна конструкція – *She's **happier** now after moving*. Такий самий механізм простежується у реченнях «*She is **more kindlier** than him*» [62] та «*She's **the most nicest** person I know*» [63], де граматично допустимими є лише синтетичні форми *kinder* і *nicest* відповідно. Отже, коректні варіанти: *She is **kinder** than him*. і *She's **the nicest** person I know*.

Помилки у категорії ступенів порівняння також виникають через хибне використання аналітичних форм з прикметниками, які вже містять суфікс *-est*. У висловах «*This is **the most fastest** app ever*» [61] і «*She's **the most quickest** runner  ♀*» [63] помилково поєднано *most* із формами *fastest* і *quickest*, що є надмірними з формального погляду. У таких випадках допустиме лише синтетичне утворення: *This is the **fastest** app ever*, *She's the **quickest** runner*.

Іншу підгрупу становлять приклади неправильного вживання прикметників у складених формах ступеня порівняння. Так, у реченні «*The story was so much **more interestinger***» [62] діє слово *interestinger* є граматично неправильною гібридною формою, яка поєднує аналітичний та синтетичний підходи. Прикметник *interesting* утворює ступені порівняння виключно аналітично, тому нормативною є форма *more interesting*: *The story was so much **more interesting***. Подібним чином у реченні «*This is **the more delicious** pizza ever!*» [62] прикметник *delicious* утворює найвищий ступінь порівняння виключно за допомогою *most*, а не *more*. Відповідно, граматично правильна форма – *This is **the most delicious** pizza ever!*

Поширеною помилкою є також надлишкове утворення компаративних

форм із прикметниками, які вже мають неправильну форму. У прикладах «*She sings **more better** than her sister*» [64] та «*This movie is **more better** than last one*» [61] конструкція *more better* є граматично невиправданою, оскільки *better* вже містить порівняльне значення. Отже, обидва приклади мають бути виправлені як: *She sings **better** than her sister* та *This movie is **better** than last one*.

Неправильне утворення ступенів спостерігається також у прикладах «*He's **the worster** driver I know* 😞» [62] і «*This is **the bester** cake I ever had!*» [62], де помилково застосовано суфікс *-er* до прикметників з уже усталеними неправильними формами *worst* і *best* відповідно. Коректні речення мають виглядати так: *He's **the worst** driver I know* і *This is **the best** cake I ever had!* Нарешті, у прикладі «*That was the **amazingest** concert!*» [62] прикметник *amazing* неправомірно модифіковано за зразком регулярного ступенювання, хоча він, як і більшість багатоскладових прикметників, утворює найвищий ступінь за допомогою *most*. Тож правильна форма: *That was **the most amazing** concert!*

Порушення правила утворення найвищого ступеня для коротких прикметників демонструє приклад «*I'm **the most tall** in my class lol*» [64], де аналітична форма *most tall* є неприйнятною, оскільки прикметник *tall* належить до коротких і вимагає синтетичного ступеня. Нормативна конструкція: «*I'm **the tallest** in my class lol.*»

Паралельно з цим у цифровому дискурсі фіксується велика кількість порушень граматичної категорії числа. Одним із найтиповіших прикладів є хибне утворення множини іменників, зокрема неправильне додавання суфікса *-s* до іменників із неправильною множинною формою. У реченні «*Where's the **childs** at?*» [62] використано форму *childs*, яка є граматичною гіперкорекцією. Іменник *child* має неправильну множинну форму *children*, а допоміжне дієслово *is* також слід замінити на *are* у контексті множини. Коректна версія: *Where are the **children** at?* Подібна помилка фіксується у реченні «*I saw two **childs** playing on street* 😍» [63], де правильний варіант – *I saw two **children***

playing on the street.

Серед помилкових утворень множини фіксуються й випадки неправильного використання форм для іменників *foot*, *man*, *goose*, *mouse*, що мають неправильну морфологічну зміну. У реченнях «*I got two **foots** injuries*» [63], «*One of the **mans** helped me with my car*» [63], «*Just saw a bunch of **gooses** in the park 😊*» [63], «*I have two **mouses** at my place 🐭*» [64] спостерігаються форми *foots*, *mans*, *gooses*, *mouses*, що є граматично неприпустимими. Правильні варіанти: *I got two **foot** injuries*, *One of the **men** helped me with my car*, *Just saw a bunch of **geese** in the park*, *I have two **mice** at my place*. Також, у прикладі «*I was born in 90s and saw many **sheeps** 🐑*» [63] помилково вжито форму *sheeps*, хоча іменник *sheep* є незмінним у формі числа. Отже, виправлене речення має звучати так: *I was born in 90s and saw many **sheep***.

Численні приклади демонструють порушення при вживанні іменників іношомовного походження, які зберігають латинське або грецьке відмінювання. Наприклад, у реченні «*There's many **criteria**s to consider*» [63] форма *criteria*s є граматично некоректною. Іменник *criterion* має множинну форму *criteria*, тому нормативне речення виглядає як: *There are many **criteria** to consider*. Ще одна поширена категорія – вживання хибної форми *peoples* замість незлічуваного іменника *people*, як у прикладі «*I don't like when **peoples** are loud*» [62]. У сучасній англійській *people* функціонує як множина до іменника *person*, тож правильне речення має бути: *I don't like when **people** are loud*.

Окрему групу становлять порушення при вживанні незлічуваних іменників. У реченнях «*He have so many **advices** to give 😊*» [62], «*There was a lot of **equipments** in the room*» [63] та «*There is too much **informations** here*» [61] іменники *advice*, *equipment* і *information* помилково подано у множині. Всі вони належать до незлічуваних і не потребують форми множини. Граматично правильні форми: *He has so much **advice** to give*, *There was a lot of **equipment** in the room*, *There is too much **information** here*.

Зрештою, уваги потребують три відносно менш поширені, проте не

менш значущі групи помилок – порушення категорій відмінка, способу та стану. Кожна з цих категорій демонструє характерні тенденції граматичної інтерференції, гіперкорекції або спрощення мовних структур, спричинених як недостатнім засвоєнням нормативних форм, так і специфікою неформального, емоційно забарвленого спілкування в соціальних мережах.

Найперше, помилки, пов'язані з відмінком, охоплюють як хибне вживання особових займенників у позиції підмета, так і неправильне використання присвійних та зворотних форм. Наприклад, у реченні «**Him** and his brother plays together 🎮» [61] спостерігається вживання об'єктної форми *him* замість підметної *he*, що є граматично неправомірним у даній позиції. Крім того, дієслово *plays* не узгоджене з множинним підметом. Нормативна форма: **He** and his brother play together. Подібне порушення відмінкової форми міститься у реченнях «**Me** and John is ready» [64] та «**Me** and Sarah went shopping today» [61], де в обох випадках замість правильної форми *I* використано об'єктну форму *me*. До того ж, з етикетної точки зору, згідно з правилами ввічливості, особа, що говорить, повинна згадуватися в останню чергу. Тож нормативно: *John and I are ready* та *Sarah and I went shopping today*. Аналогічна помилка спостерігається у прикладі «*My brother and me painted it*» [62], де замість *me* у позиції підмета необхідно вживати *I*: *My brother and I painted it*.

Ще одним проявом відмінкової варіативності є неправильне вживання присвійних займенників. Наприклад, у реченні «*That car is **their's** 🚗*» [63] помилково додано апостроф до займенника *theirs*, що не відповідає жодній нормативній формі англійської мови. У сучасному вжитку форми *mine*, *yours*, *hers*, *ours*, *theirs* не вимагають апострофа. Правильний варіант: *That car is **theirs***. Аналогічна помилка зустрічається в реченнях «*That one is **mines**, don't touch!*» [64] та «*That idea was **mines** actually 🙌*» [64], де вжито неіснуючу форму *mines* замість нормативної *mine*. У кожному випадку слід уникати додавання суфікса *-s*: *That one is **mine**, don't touch!* і *That idea was **mine** actually*.

Особливою формою помилки є хибне утворення зворотного займенника у реченні «*He said **hisself** it was true*» [61], де замість нормативної форми *himself* вжито варіант *hisself*, що є типовим для деяких регіональних діалектів, але неприйнятним у стандартній англійській. виправлене речення: *He said **himself** it was true*. Інша похідна помилка трапляється у прикладі «*It was **me** who made **themself** coffee*» [61], де не лише порушено правило узгодження займенника у відмінку (у підрядному реченні варто вживати *myself* замість *themself*), але й форма *me* у початку речення дисонансна в контексті формального мовлення. Тому правильний варіант: *It was **I** who made **myself** coffee*.

У розряді помилок, пов'язаних із категорією способу, найчастіше фіксується відхилення від нормативного вживання умовних конструкцій. Наприклад, у реченні «*If I **would be** you, I'd not do it*» [64] помилково використано конструкцію *would be* у підрядній частині умовного речення другого типу, яка має будуватися у формі простого минулого часу. Відповідно, правильна форма – *If I **were** you, I'd not do it*. Подібне порушення структури умовного речення спостерігається у вислові «*If I **would be** rich, I **buy** a yacht*» [64], де форма *would be* суперечить нормі, а головне речення має містити форму *would* + *інфінітив*. Коректний варіант: *If I **were** rich, I'd **buy** a yacht*.

Найтиповішою помилкою є вживання модального дієслова *would* у двох частинах умовного речення, як у прикладі «*I **would** help you if I **would** have more time*» [61]. Згідно з граматичними нормами, форма *would* має з'являтися лише в головному реченні, тоді як підрядне будується в минулому часі: *I **would** help you if I **had** more time*. Схожі помилки спостерігаються в реченнях «*If I **would** knew that, I'd come*» [62] та «*If I **would** know, I'd tell you*» [62], де порушено і форму дієслова, і логіку умовної конструкції. У першому випадку правильним варіантом буде: *If I **had known** that, I'd come*, а в другому: *If I **knew**, I'd tell you*.

Неправильне використання конструкцій в умовах третього типу умовних речень демонструє приклад «*If he **would** arrived earlier, we leave*»

[61], де помилково вжито форму *would arrived* замість правильної перфектної форми минулого часу. Отже, нормативно: *If he **had** arrived earlier, we'd leave*. Аналогічне порушення міститься у реченні «*If she **would've** told me, I wouldn't be here*» [64], де в обох частинах речення вжито *would have*, що суперечить правилам: тільки в головному реченні доречно використання *would have*. Виправлена форма: *If she **had** told me, I wouldn't be here*.

До цієї ж групи належить речення «*I wish she **comes** back soon* 😞» [61], де помилково застосовано форму теперішнього часу *comes* після конструкції *wish*, яка вимагає минулого часу. Коректний варіант: *I wish she **came** back soon*.

Остання група помилок стосується граматичної категорії стану, тобто утворення пасивного стану. Зокрема, у реченні «*They **was** **suppose** to come early*» [64] порушено як форму допоміжного дієслова, так і правопис дієслова *supposed*, яке вимагає закінчення *-ed* у пасивній конструкції. Нормативна форма: *They **were** **supposed** to come early*. Подібне відхилення трапляється у прикладі «*They **was** **been** **warned** about the storm*» [61], де вжито невірну комбінацію *was been*. Пасивний перфектний стан формується за допомогою *had been* + дієприкметник минулого часу. Правильна форма: *They **had been** **warned** about the storm*.

Характерною помилкою є хибне вживання активних форм дієслова в пасивному стані. У реченнях «*Cake **was** **ate** extremely quickly*» [61], «*The thief **was** **saw** by someone*» [62], «*She **was** **took** to the hospital*» [63], «*The test **was** **took** last week*» [62], «*The cookies **was** **ate** by the kids*» [64], «*The book **was** **write** by a famous author*» [62] – у всіх випадках дієслова *ate*, *saw*, *took*, *write* є формами минулого часу, що не відповідають вимогам пасивної конструкції, де має бути вжито третю форму дієслова (дієприкметник минулого часу). Виправлені варіанти відповідно: *Cake **was** **eaten** extremely quickly*, *The thief **was** **seen** by someone*, *She **was** **taken** to the hospital*, *The test **was** **taken** last week*, *The cookies **were** **eaten** by the kids*, *The book **was** **written** by a famous author*.

Нарешті, у реченні «*I **was** **ran** out of energy by noon* 😞» [63]

спостерігається граматично некоректне вживання активної форми дієслова *ran* у пасивному контексті. У цьому випадку слід уникати пасивної конструкції взагалі, оскільки вираз *run out of* функціонує як фразове дієслово з активним суб'єктом. Тому доцільно: *I **had run out** of energy by noon* або *I was running out of energy by noon* залежно від бажаного значення.

Загалом аналіз показав, що морфологічна варіативність і граматичні порушення у цифровій комунікації відображають нові тенденції в англomовному неформальному дискурсі під впливом соціальних мереж. Найчастіше фіксуються помилки у формах часу, особи, числа, умовних конструкціях, пасиві та ступенях порівняння. Ці відхилення спричинені автоматизацією мовлення, впливом усного спілкування й прагненням до лаконічності, що свідчить про зміщення граматичної норми в бік спрощення та вимагає подальшого лінгвістичного осмислення як прояву трансформації мовної компетенції в цифрову епоху.

Кількісний аналіз морфологічних порушень, які становлять найбільшу кількість серед усіх зафіксованих граматичних відхилень (105 прикладів або 51% загальної вибірки), дозволяє виокремити низку типових відступів від нормативного вживання морфологічних форм у сучасному англomовному медіадискурсі (рис. 2.2.).

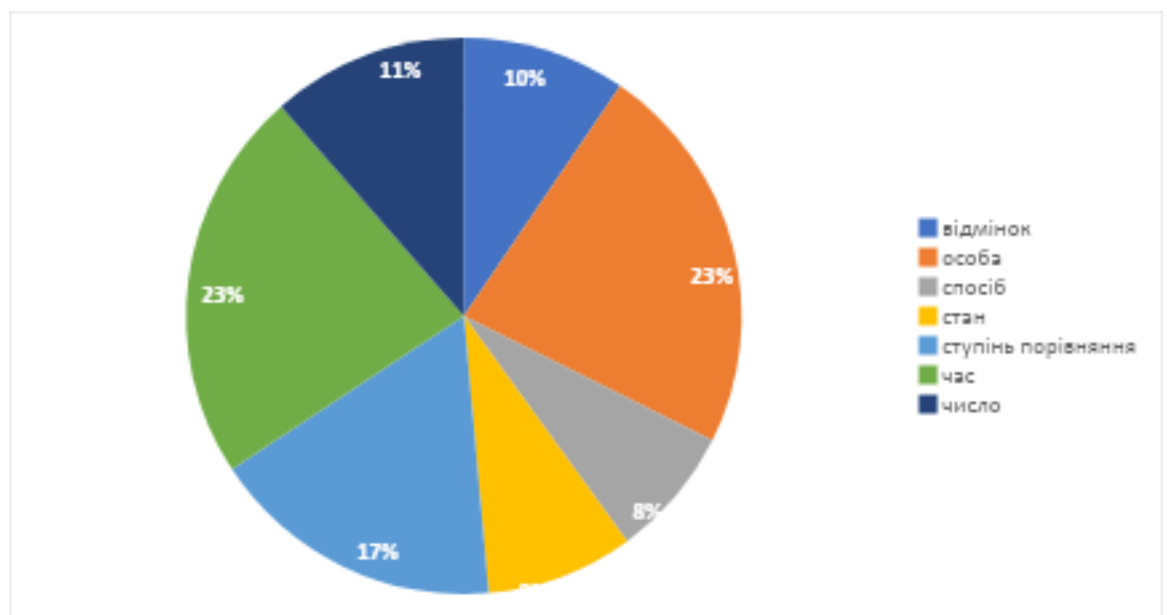


Рис. 2.2. Розподіл морфологічних помилок у структурі англomовного

медіадискурсу

Результати свідчать про домінування помилок, пов'язаних з категорією особи та часу, які разом складають майже половину всіх морфологічних порушень (48 з 105 прикладів, або 46%). Це вказує на характерну для цифрової комунікації тенденцію до спрощення дієвідмінювання, особливо у випадках, коли відбувається зміщення граматичної форми щодо займенника або підмета, або ж нехтування узгодженням дієслова з часом. Такі помилки можуть виникати як внаслідок недостатньої мовної компетенції, так і через навмисну редукцію граматичних засобів з метою економії мовлення в онлайн-середовищі.

Висока частотність помилок у вираженні ступеня порівняння (17%) свідчить про складність реалізації правил утворення вищого й найвищого ступенів прикметників, зокрема при використанні аналітичних і синтетичних форм. Це також може бути зумовлено впливом усного мовлення або іншомовних інтерференційних чинників. Порушення категорії числа (11%) демонструють недотримання правил вживання однини та множини, особливо у випадках з невизначеними або абстрактними іменниками, що часто вживаються у множині помилково або, навпаки, залишаються в однині попри контекстуальну потребу у множині.

Випадки з відмінковими помилками (9%) стосуються переважно займенників, де спостерігається порушення об'єктної та суб'єктної форми, а помилки стану (9%) пов'язані з ненормативним вживанням пасивної форми, що знижує точність висловлювання. Найменшу частку становлять помилки категорії способу (8%), що стосуються вживання умовного способу.

В цілому, переважання порушень категорій особи та часу вказує на загальну тенденцію до ерозії системи дієслівного узгодження в неформальному дискурсі соціальних мереж. У свою чергу, широкий спектр морфологічних порушень засвідчує не лише складність засвоєння формальних граматичних категорій, але й трансформацію мовної норми

внаслідок переваги комунікативної ефективності над формальною правильністю.

Висновки до розділу 2

Граматична організація дискурсу, що функціонує у віртуальному просторі соціальних медіа, відображає домінантну тенденцію до спрощення мовної структури, економії виражальних засобів та зростання експресивності. На синтаксичному рівні ці трансформації проявляються через фрагментарність речень, їхню скороченість, інтенсивне застосування парцеляції, еліптичних конструкцій, номінативних утворень, а також риторичних запитань, повторів та вигуків. Ці механізми слугують для імітації усної комунікації та компенсації відсутності невербальних сигналів. Морфологічні особливості охоплюють скорочення лексем, інкорпорацію сленгової лексики, неологізмів і літерного подовження як засобу передачі емоційного стану. Крім того, на словотворення та синтаксичну когезію дискурсу впливають хештеги, які модифікують традиційні правила лінгвістичної організації. Зазначені особливості свідчать про системну адаптацію мови до цифрового середовища, де пріоритетами є швидкість трансферу інформації, ефективність взаємодії та емоційна насиченість. Це, у свою чергу, стимулює формування нових мовних парадигм, що можуть бути інкорпоровані у загальномовний контекст.

Словотвірні порушення в англomовному медіадискурсі відображають динамічні процеси трансформації мовної норми в умовах цифрового спілкування, зокрема в соціальних мережах. Проаналізовані приклади засвідчують типові девіації у сфері префіксації (неправильний вибір або непродуктивне вживання префіксів), суфіксації (надлишкове, нефункціональне або помилкове використання суфіксів), а також непродуктивного словотворення, де користувачі інтуїтивно створюють нові лексеми без урахування дериваційної системи мови. Такі утворення часто мають експресивний або ігровий характер, проте порушують морфологічну і

семантичну узгодженість, що може ускладнювати сприйняття вислову. Загалом, словотвірні девіації в медіадискурсі репрезентують тенденцію до мовної креативності на тлі розмиття традиційної норми, що актуалізує необхідність подальшого вивчення цих явищ у межах сучасної лінгвістики.

Морфологічна варіативність і порушення граматичних норм у цифровій комунікації свідчать про формування нових тенденцій у неформальному англomовному дискурсі під впливом соціальних мереж. Найчастіше спостерігаються помилки у вживанні форм часу, особи, числа, а також у побудові умовних конструкцій, пасивного стану й ступенів порівняння. Ці відхилення зумовлені впливом усного мовлення, прагненням до економії мовних засобів, автоматизацією синтаксичних структур і зниженням вимог до мовної точності. Вони засвідчують зміщення мовної норми в бік спрощення та потребують подальшого лінгвістичного осмислення як показники трансформації граматичної компетенції в умовах цифрової епохи.

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ СИНТАКСИЧНИХ ДЕВІАЦІЙ НА МАТЕРІАЛІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

3.0. Вступні зауваження

Розділ присвячено аналізу синтаксичних девіацій у сучасному англomовному медіадискурсі. Охарактеризовано структурно-семантичні особливості інверсійних конструкцій, що відображають зміни в синтаксичній організації висловлення. Розглянуто синтаксичні відхилення у простих розповідних реченнях як прояв неформальної комунікативної норми. Проаналізовано модифікації атрибутивних структур під впливом медійного середовища як свідчення еволюції граматичної організації мовлення.

3.1. Структурно-семантичні особливості інверсійних конструкцій у сучасному англomовному медіадискурсі

У сучасному англomовному медіадискурсі, особливо в неформальному середовищі соціальних мереж, усе частіше спостерігаються системні зрушення у сфері синтаксичної організації висловлювань. Ці зміни, які можна охарактеризувати як синтаксичну нестабільність, пов'язані з поступовим розмиванням усталених нормативних моделей побудови речень, що характерно для спонтанного мовлення, емоційної комунікації та цифрової мови загалом. На основі аналізу емпіричного матеріалу доцільно виокремити три основні групи синтаксичних девіацій: (1) порушення порядку обставин часу, місця та способу дії; (2) порушення традиційного порядку прикметників у препозиції; (3) зміщення синтаксичного порядку елементів у твердженнях із питальними словами (особливо у випадках з модальними або допоміжними дієсловами).

У межах синтаксичних девіацій, зафіксованих у сучасному англomовному медіадискурсі соціальних мереж, особливо виразною є група порушень, пов'язаних із помилковим порядком слів у твердженнях, які

містять питальні слова. Ці випадки засвідчують змішання синтаксичних структур питальних речень (інтерогативів) і побічно-питальних (indirect questions), що мають іншу логіку побудови. У формальних умовах англійська мова вимагає прямого порядку слів (subject–verb) у побічно-питальних структурах, однак у неформальній цифровій комунікації часто фіксується зворотний порядок (inversion), властивий безпосередньо питальним реченням, що й призводить до синтаксичної нестабільності.

Характерним прикладом є вислів «*I don't know where **is she** now* 🙄» [64], у якому відбувається інверсія *is she*, що є граматичною ознакою прямого питання. У побічно-питальних структурах дієслово має слідувати за підметом, а отже, нормативною є конструкція: *I don't know where **she is** now*. Аналогічне порушення простежується в реченні «*Tell me what **did you mean** by that, I'm lost* 🧠» [61], де інверсія *did you mean* суперечить структурі підрядного речення. Правильний варіант: *Tell me what **you meant** by that*.

У реченні «*I wonder why **did he leave** so early* 🙄♀» [63] фіксується інверсія *did he leave*, що створює синтаксичну надлишковість, адже дієслово *wonder* вже сигналізує про залежність підрядного речення. Нормативна форма: *I wonder why **he left** so early*. Та сама помилка простежується у вислові «*Can't believe how amazing **was it!*** 🤯» [62], де правильним порядком є: *Can't believe how amazing **it was!***

Систематичність цієї синтаксичної девіації засвідчують численні подібні приклади з різних платформ: «*I wonder what **does she** think about it* 🙄» [64] → *I wonder what **she thinks** about it*; «*He told me when **will he** arrive*» [61] → *He told me when **he will** arrive*; «*I don't know why **is he** angry*» [63] → *I don't know why **he is** angry*; «*Do you know how much **is it?***» [64] → *Do you know how much **it is?***; «*Can you tell me who **is she??***» [62] → *Can you tell me who **she is?***; «*Let me know what **do you** think*» [63] → *Let me know what **you think***.

Аналогічну інверсію маємо у висловах «*I wonder how **is she** doing rn*» [64] → *I wonder how **she is** doing*; «*She asked me where **did I** go*» [62] → *She asked me where **I went***; «*I want to know what **do you** want from me*» [63] → *I*

want to know what **you want**; «He asked me when **will I be back**» [61] → He asked me **when I would be back**. Усі ці приклади репрезентують одну й ту саму синтаксичну помилку – неправильний порядок дієслівного комплексу в побічному питанні.

Ця тенденція простежується навіть у складніших структурах: «I don't get what **are you trying to say**» [64] → I don't get what **you are trying to say**; «Could you explain why **is it wrong??**» [62] → Could you explain why **it is wrong?**; «She explained me how **works this app**» [61] → She explained to me how **this app works**; «He told us where **did he find it**» [64] → He told us where **he found it**; «I don't know what **should I wear tonight**» [62] → I don't know what **I should wear tonight**.

Подібні помилки часто спричинені інтерференцією між двома граматичними структурами – прямим запитанням (що вимагає інверсії) та побічним підрядним запитанням (де порядок має залишатися прямим). У неформальному медіасередовищі мовці часто формують речення інтуїтивно, орієнтуючись на усне мовлення, що знижує рівень контролю за синтаксичним порядком. Приклади «We asked them why **did they leave**» [63] → We asked them why **they left**; «He explained me how **does it work**» [64] → He explained to me how **it works**; «They asked me what **do I want**» [62] → They asked me **what I wanted**; «She said how much **does it cost**» [63] → She said how much **it cost** підтверджують, що проблема має масовий і структурно стабільний характер.

Зрештою, навіть найпростіші випадки, як-от «I showed her where **is the document**» [61] → I showed her where **the document is** або «Can you explain how **does this happen??**» [64] → Can you explain **how this happens?**, демонструють ту саму помилку – несумісність між граматичними очікуваннями побічної конструкції та інверсійним порядком питального речення. Аналогічно: «I don't know how **does she feel**» [62] → I don't know how **she feels**; «She told me why **did she cry**» [63] → She told me why **she cried**; «He didn't say why **was he late**» [63] → He didn't say why **he was late**.

Отже, інверсійні конструкції у сучасному англомовному медіадискурсі

виконують комплексну роль – синтаксичну, прагматичну й стилістичну. Вони забезпечують динамічність мовлення, створюють ефект безпосереднього звернення до реципієнта й сприяють формуванню індивідуалізованої авторської манери. Порухення звичного порядку слів не знижує зрозумілість висловлення, а, навпаки, підсилює його комунікативну ефективність, що свідчить про природну адаптацію граматичної системи англійської мови до умов інтернет-дискурсу.

3.2. Синтаксичні відхилення у простих розповідних реченнях як прояв неформальної комунікативної норми

Синтаксичні відхилення у простих розповідних реченнях є типовим явищем для сучасного медіадискурсу, де головним пріоритетом виступає швидкість передавання інформації, а не суворе дотримання граматичних правил. Такі конструкції виникають під впливом розмовного мовлення, прагнення до економії мовних засобів і тенденції до підвищення експресивності висловлення. Хоча ці помилки трапляються дещо рідше, їхня систематичність і стабільна повторюваність у різних типах повідомлень свідчать про те, що трансформація мовної норми охоплює не лише сферу питальних конструкцій, а й базові правила побудови простого розповідного речення. Уваги заслуговують приклади, в яких порушено послідовність розташування обставин, що у нормативному мовленні забезпечує логічну та граматичну впорядкованість висловлювання.

Наприклад, у реченні «*She visited me yesterday at my house, uninvited* 😊» [63] порушено нормативний порядок обставин часу і місця. У стандартній англійській моделі порядок обставин зазвичай вибудовується як *manner – place – time*. У цьому ж випадку *yesterday* передує *at my house*, що спричиняє семантичну розмитість. Стилiстично нейтральною та граматично правильною є структура: *She visited me at my house yesterday*. Так само у реченні «*They returned last week home, didn't even call* 🙄» [64] обставини часу (*last week*) і місця (*home*) подані в невірному порядку. Згідно з

нормативною структурою, місце слід зазначати перед часом. Таким чином, коректний варіант: *They returned **home last week***.

Схожа проблема спостерігається у реченні «*We arrived **quickly at the station**. Almost missed it 🚆*» [64], де порушено типовий порядок розміщення обставини способу дії (*quickly*) та місця (*at the station*). Хоча формально речення граматично можливе, з погляду нормативного синтаксису англійської мови дієслово *arrive*, що позначає досягнення пункту призначення, переважно вимагає розміщення обставини місця безпосередньо після себе, тоді як обставина способу зазвичай ставиться перед дієсловом. Тому нормативний і стилістично вивірений варіант – *We quickly arrived at the station*», де *quickly* передує присудкові, що узгоджується з інформаційною і логічною структурою речення.

Подібним чином, у реченні «*We walked **in the park slowly** 🌳 kinda peaceful*» [62] спостерігається зміщення порядку обставин способу (*slowly*) і місця (*in the park*). Для забезпечення більшої природності та відповідності мовній нормі, рекомендується варіант: *We walked slowly in the park*. Утім, варіант «*We walked in the park slowly*» можливий як стилістичне виділення обставини способу, зокрема в поетичному або емоційно забарвленому контексті.

Інший приклад – «*I go **every day by bus to uni** 🚌*» [61] – демонструє порушення у розташуванні обставини частотності (*every day*) та способу дії (*by bus*). У стандартному порядку компонент, що позначає спосіб пересування, має передувати обставині часу чи частотності. Тому коректним варіантом є: *I go to university by bus every day*. Варіант *I go by bus to university every day* також вважається прийнятним і природним.

Окремо слід звернути увагу на низку прикладів, де прислівники частотності розміщуються в невідповідному місці речення. У межах синтаксичної організації англійського речення порядок розміщення обставин, зокрема прислівників частотності (*never, always, often, usually* тощо), є чітко регламентованим, особливо у структурах із допоміжними та модальними

дієсловами. Розглянуті приклади демонструють систематичне порушення цього порядку, що є ознакою синтаксичної нестабільності неформального медіадискурсу.

Характерним прикладом порушення традиційного порядку обставин є вислів «*I go always to the gym on Mondays* 🏋️» [61], у якому прислівник частотності *always* розміщено перед дієсловом *go*, хоча в англійській мові для стверджувальних речень характерним є порядок: підмет + допоміжне дієслово/модальне дієслово + прислівник частотності + основне дієслово. У цьому випадку конструкція є граматично нефункціональною. Коректна форма: *I always go to the gym on Mondays*. Приклад «*The kids often are tired after school* 😞📚» [64] демонструє ще одну поширену девіацію – зміщення обставини частотності *often*. У цьому випадку вона розміщена перед дієсловом-зв'язкою *are*, що суперечить нормі, за якою прислівник частотності зазвичай слідують за дієсловами *to be*. У нормативному варіанті слід сказати: *The kids are often tired after school*.

Так, у реченні «*I never will forget this moment* 😭❤️» [63] обставина частотності *never* поміщена перед допоміжним дієсловом *will*, що суперечить усталеному правилу: прислівник частотності розташовується після допоміжного дієслова, але перед основним дієсловом. У даному випадку дієслівна структура складається з допоміжного *will* і повнозначного *forget*, тому нормативним є варіант: *I will never forget this moment*. Подібне порушення фіксується у прикладі «*I never have eaten sushi before* 🍣👤» [61]. У цій конструкції спостерігаємо розміщення *never* перед допоміжним дієсловом *have*, що порушує синтаксичну норму для перфектного часу. У Present Perfect прислівники частотності завжди ставляться між допоміжним дієсловом *have/has* та дієприкметником минулого часу. Таким чином, правильний варіант звучить як: *I have never eaten sushi before*.

У реченні «*I never can see him at school, he's like a ghost* 👻» [62] маємо інший випадок порушення – неправильне розміщення прислівника *never* відносно модального дієслова *can*. Згідно з правилом, прислівники

частотності повинні стояти після модального дієслова, але перед основним. У цьому прикладі модальним є *can*, а основним – *see*, отже порядок слів має виглядати як: *I can never see him at school*. Аналогічна синтаксична помилка спостерігається у реченні «*You always should brush your teeth. Like seriously!*» [62], де прислівник частотності *always* передує модальному дієслову *should*. Як і в попередньому випадку, така інверсія є ненормативною для англійської мови. Згідно зі стандартним порядком, *always* має розташовуватись після *should*, а не перед ним. Отже, граматично правильно буде: *You should always brush your teeth*.

Аналіз також виявляє приклади з неправильним розміщенням прислівників модальності та ймовірності (як-от *probably*, *definitely*, *barely*) у структурах із допоміжними або модальними дієсловами. Так, у вислові «*He will come probably late again* 😬» [63] адвербіал *probably* порушує правило порядку: в конструкціях майбутнього часу (*will* + *V*) такі прислівники зазвичай ставляться між допоміжним дієсловом і основним. Отже, правильно: *He will probably come late again*. Схожа помилка трапляється у реченні «*We will go definitely tomorrow no matter what!* 🤔» [62], де *definitely* стоїть після повного дієслівного комплексу *will go*. За усталеною нормою, прислівник повинен розташовуватись між допоміжним *will* та основним дієсловом *go*, що формує правильну конструкцію: *We will definitely go tomorrow*.

Ще одна поширена помилка спостерігається у випадках із модальним дієсловом *can* та заперечними прислівниками, як у прикладах «*She hardly can ever sleep well these days* 😬💧» [63] та «*He barely can speak English... It's kinda sad*» [61]. У таких конструкціях прислівники *hardly* та *barely* мають бути розміщені після модального дієслова, але перед основним. Правильні варіанти виглядають відповідно як: *She can hardly ever sleep well these days* та *He can barely speak English*.

Таким чином, синтаксичні девіації в межах простих розповідних речень засвідчують поступову демократизацію мовної норми у цифровому

середовищі. Вони відображають перехід від формальної нормативності до комунікативної доцільності, де головну роль відіграє не структурна правильність, а здатність тексту передати емоційний стан, іронію чи суб'єктивне ставлення мовця. Ці відхилення формують нову парадигму англomовного письма – більш природну, індивідуалізовану та адаптовану до швидкого ритму сучасної комунікації.

3.3. Модифікація атрибутивних структур унаслідок впливу медійного середовища на граматичну організацію висловлення

Атрибутивні структури, які традиційно слугують засобом уточнення та конкретизації предмета мовлення, у медіадискурсі зазнають суттєвих трансформацій. Мовці дедалі частіше експериментують із порядком, кількістю та типом атрибутів, що зумовлено прагненням до лаконічності, емоційної насиченості та візуальної виразності тексту. Як наслідок, у межах синтаксичних помилок, що фіксуються в англomовному неформальному медіадискурсі, значну увагу заслуговує група порушень, пов'язаних із неправильним порядком прикметників у складних іменникових фразях. У нормативній англійській мові існує усталена послідовність розташування прикметників, яка базується на семантичних категоріях: думка/оцінка (opinion), розмір (size), вік (age), форма (shape), колір (color), походження (origin), матеріал (material), призначення (purpose). Недотримання цієї послідовності не лише порушує граматичну коректність, а й ускладнює сприйняття висловлювання, знижуючи його стилістичну природність.

Прикладом порушення є вислів «*He bought a **leather black nice** jacket, fashion fail 😂*» [62], у якому порядок прикметників є хаотичним і суперечить нормативній послідовності: матеріал (*leather*) розміщено перед кольором (*black*) і оцінкою (*nice*). Відповідно до правил, коректна форма речення звучатиме: *He bought a **nice black leather** jacket.*» Тут *nice* як оцінка має стояти на початку ряду, далі – колір *black*, і врешті – матеріал *leather*. Аналогічна структура помилки простежується в реченні «*I saw a **wooden small old** chair in*

the attic 🧸» [63], де прикметники подані у порядку *wooden* (матеріал), *small* (розмір), *old* (вік). Нормативно прикметники слід розташовувати так: розмір перед віком і матеріалом. Відтак правильним є варіант: *I saw a **small old wooden** chair in the attic.*

Вислів «*She wore a **red long beautiful** dress to the party* 🧑🔥» [61] містить нестандартний порядок прикметників: колір (*red*), розмір/довжина (*long*), оцінка (*beautiful*). Згідно з нормою, оцінка має стояти на початку, а розмір – перед кольором. Таким чином, граматично та стилістично прийнятним є варіант: *She wore a **beautiful long red** dress to the party.* Подібна помилка присутня у вислові «*I saw a **beautiful Italian old** painting at grandma's* 🖼️🇮🇹» [61], де прикметники *beautiful* (оцінка), *Italian* (походження), *old* (вік) подані у хибному порядку. У нормативному порядку вік стоїть перед походженням, отже виправлений варіант: «*I saw a **beautiful old Italian** painting at grandma's.*»

Речення «*He owns a **metal big strange** machine in his garage* 🤖» [64] ілюструє ще один випадок порушення порядку, де матеріал (*metal*), розмір (*big*) і оцінка (*strange*) розташовані неправильно. Згідно з традиційною структурою, оцінка передує розміру та матеріалу, тож коректним буде: *He owns a **strange big metal** machine in his garage.* Аналогічний зразок порушення містить речення «*That's a **plastic red small** bottle I found* 🧴» [62]. Прикметники у ньому подані як матеріал (*plastic*), колір (*red*), розмір (*small*), що суперечить усталеним нормам. Природним та граматично правильним є порядок: розмір → колір → матеріал, тобто: *That's a **small red plastic** bottle I found.*»

Вислів «*She found a **silver little cute** ring* 💍💍» [61] демонструє подібну синтаксичну нестабільність: матеріал (*silver*), розмір (*little*), оцінка (*cute*). Згідно з нормою, оцінка має бути першою, отже виправлення: *She found a **cute little silver** ring.* Нарешті, речення «*We saw an **ancient huge stone** sculpture and I was like WOW* 🤯» [64] містить прикметники у порядку *ancient* (вік), *huge* (розмір), *stone* (матеріал), що не відповідає стандартній схемі, де розмір іде

перед віком. Правильним є: *We saw a **huge ancient stone** sculpture.*»

У результаті аналізу можна констатувати, що модифікація атрибутивних структур є показником гнучкості сучасного англомовного синтаксису. Нетипові поєднання прикметників, зміни їхньої позиції та функцій створюють нові семантичні відтінки, підсилюють експресивний потенціал висловлення й формують особливий «медіастиль» мовлення. Ці явища демонструють, як медійне середовище перетворює граматичні норми з жорсткої системи правил на динамічний інструмент креативного самовираження, що поєднує елементи формальної граматики й дискурсивної інновації.

В цілому, аналіз синтаксичних порушень, зафіксованих у межах дослідження, дозволяє виявити характерні моделі відхилень від усталеного порядку слів у сучасному англомовному медіадискурсі. Загалом було ідентифіковано 55 прикладів синтаксичних помилок, які умовно поділяються на три основні категорії (рис. 3.1.).

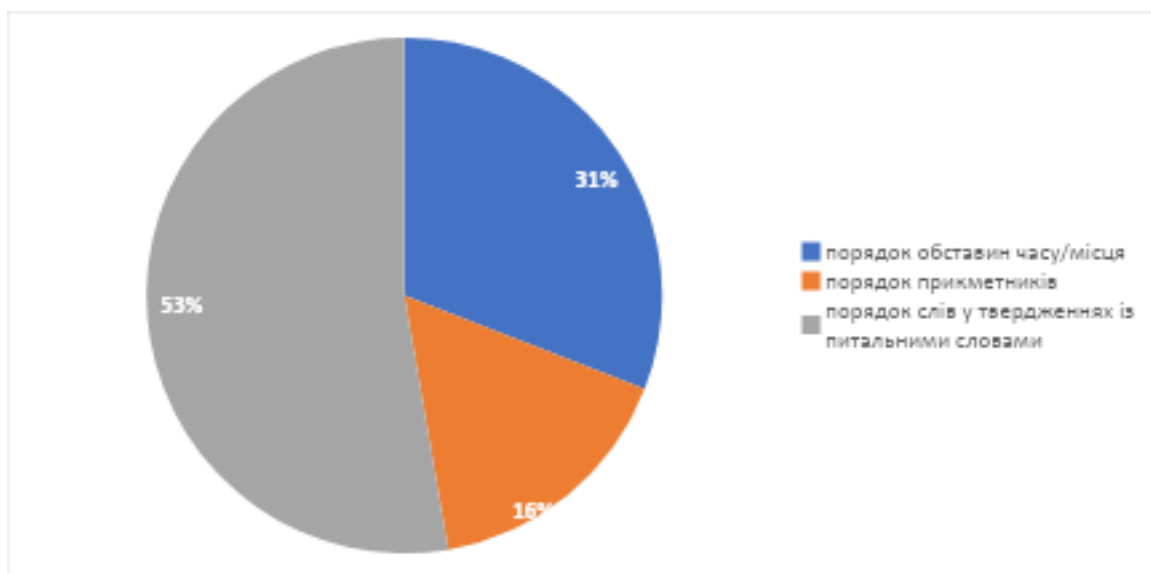


Рис. 3.4. Розподіл синтаксичних помилок у структурі англомовного медіадискурсу

Як видно на рис. 3.1., найчастотнішим типом синтаксичних порушень є некоректний порядок слів у твердженнях із питальними словами, що становить понад половину (53%) усіх синтаксичних помилок. Така тенденція

може бути зумовлена міжмовною інтерференцією, впливом синтаксичних структур рідної мови користувачів, а також спрощенням синтаксису в неформальному медіасередовищі, де швидкість комунікації переважає над граматичною точністю.

На другому місці за частотністю – порушення порядку обставин часу й місця, які складають близько 31%. Такі помилки проявляються у порушенні стандартної схеми англійського порядку слів *how – when – where* або *manner – time – place*, що призводить до утруднення сприйняття або зміни смислових акцентів. Подібні зсуви можуть бути спричинені як відсутністю системного уявлення про синтаксичні правила, так і впливом емоційного компонента в комунікації (наприклад, прагнення підкреслити певну обставину на початку речення).

Порушення порядку прикметників, хоча й становлять найменшу частку (16%), мають важливе аналітичне значення. Такі випадки свідчать про складність засвоєння англійської послідовності прикметників, яка часто порушується або довільно модифікується під впливом інших мовних систем чи інтуїтивного вживання. Прикметникові помилки менш помітні у неформальному мовленні, однак вони можуть впливати на точність висловлювання та стилістичну нормативність.

Загалом результати синтаксичного аналізу вказують на системну нестабільність порядку слів у сучасному англomовному медіадискурсі, що є наслідком не лише недостатньої мовної компетенції частини користувачів, але й свідомої редукції синтаксичних структур у цифровій комунікації. Така тенденція свідчить про трансформацію синтаксичної норми в напрямку більшої гнучкості, інформальності та комунікативної ефективності.

Завершальним етапом проведеного дослідження стало кількісне обчислення отриманих результатів з метою виявлення домінантних тенденцій у використанні мовних конструкцій з відхиленням від граматичних норм у межах сучасного англomовного медіадискурсу. Загалом було проаналізовано 205 прикладів, відібраних із соціальних мереж, які демонструють порушення

усталених граматичних правил.

Для більш ґрунтовного розуміння характеру цих порушень доцільним є попередній розгляд співвідношення між трьома основними типами граматичних відхилень, зафіксованих у досліджуваному матеріалі, а саме: словотвірними, морфологічними та синтаксичними. Такий підхід дає змогу не лише простежити частотність кожної категорії помилок, а й виявити переважні напрями трансформації граматичних структур у цифровому середовищі. Результати кількісного аналізу узагальнено та візуалізовано у вигляді діаграми, яка дає змогу наочно простежити частотний розподіл граматичних відхилень у медіатекстах (рис. 3.2.).

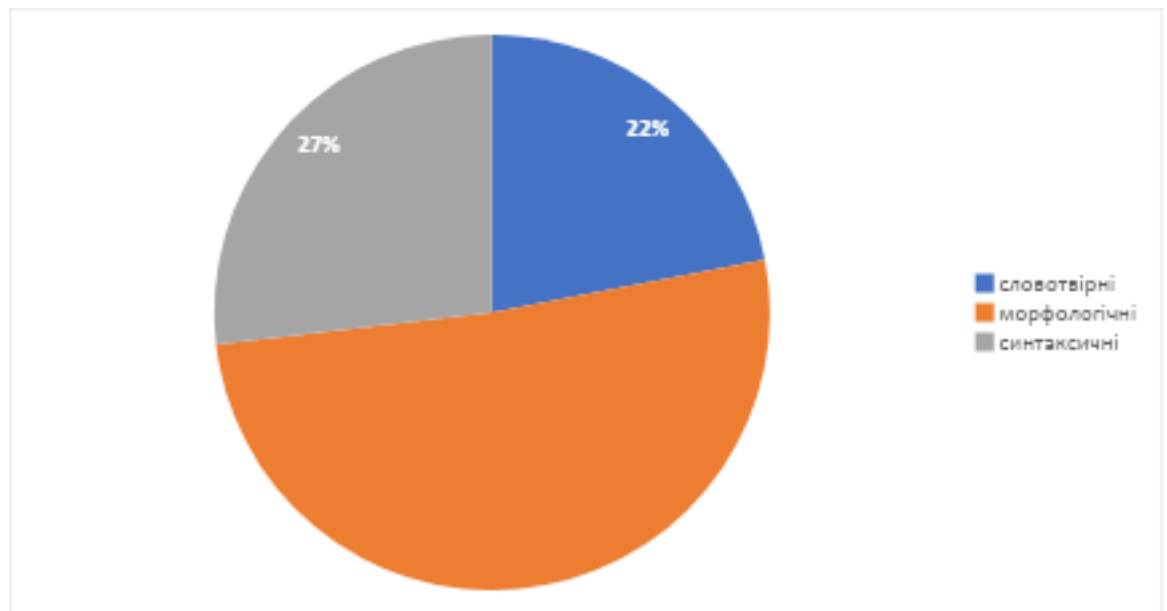


Рис. 3.2. Співвідношення словотвірних, морфологічних і синтаксичних помилок у структурі англомовного медіадискурсу

Отримані результати свідчать про нерівномірний розподіл типів граматичних порушень у структурі англомовного медіадискурсу. Найбільшу частку серед усіх зафіксованих відхилень становлять морфологічні порушення – 105 прикладів, що складає 51% від загальної кількості. Це вказує на особливу вразливість морфологічного рівня мови в умовах цифрової комунікації, де спостерігається активне спрощення граматичних форм, нехтування правилами узгодження, часів, форм множини тощо. На

другому місці за частотністю – синтаксичні порушення, яких налічується 55 випадків (27%). Цей тип відхилень охоплює порушення структури речення, що часто зумовлено прагненням до економії мовлення або передачі емоційності у неформальному спілкуванні.

Найменшу частку становлять словотвірні порушення – 45 прикладів, або 22%. Хоча кількісно ця група є найменшою, вона вказує на тенденцію до мовної гри, креативного використання лексичних ресурсів та утворення нових слів з порушенням усталених словотвірних моделей, що є характерним явищем для інтернет-дискурсу та соціальних мереж. Такий розподіл підкреслює перевагу морфологічних змін у сучасному англomовному медіасередовищі, водночас виявляючи значну синтаксичну нестабільність та словотвірну експериментальність, які разом формують специфіку мовної норми цифрової епохи.

Загалом аналіз показав, що у сучасному англomовному медіадискурсі найвразливішими виявилися морфологічні категорії, зокрема особа й час, що свідчить про тенденцію до спрощення дієвідмінювання та нехтування узгодженням. Синтаксичні порушення засвідчили нестабільність порядку слів, особливо в запитальних конструкціях, а словотвірні відхилення вказали на активізацію креативного потенціалу користувачів мови. Це свідчить про поступове зрушення від нормативної граматики до більш гнучкої, неформальної мовної практики, орієнтованої на швидкість, виразність і економію засобів, що є характерною ознакою цифрового мовлення.

Висновки до розділу 3

Аналіз структурно-семантичних особливостей інверсійних конструкцій у сучасному англomовному медіадискурсі засвідчує, що їх поява має системний характер і відображає глибинні зміни у синтаксичній організації цифрового мовлення. Виявлені приклади показують, що порушення порядку слів у твердженнях із питальними словами не є випадковими, а виникають унаслідок інтерференції між прямими та побічними питальними

структурами, а також через спонтанність і усномовну природу онлайн-комунікації. Такі інверсії формують особливу стилістичну динаміку висловлення, підсилюють емоційний компонент та ефект автентичності, що відповідає комунікативним настановам соціальних мереж. Незважаючи на відхилення від нормативної синтаксичної моделі, подібні конструкції не знижують зрозумілості тексту, а радше демонструють адаптивний потенціал англійського синтаксису в умовах цифрової культури. Отже, інверсійні девіації у медіадискурсі доцільно розглядати не лише як порушення граматичної норми, а як прояв еволюції мовної системи, що реагує на зміни комунікативних форматів і стилістичних пріоритетів.

Синтаксичні відхилення у простих розповідних реченнях, зафіксовані в медіадискурсі соціальних мереж, підтверджують тенденцію до демократизації мовної норми та посилення ролі комунікативної доцільності. Аналіз прикладів показав, що найпоширенішими є порушення у розташуванні обставин часу, місця та способу дії, а також у позиціюванні прислівників частотності й модальності. Подібні девіації виникають під впливом усного мовлення, де порядок елементів визначається інтонаційним і прагматичним виділенням інформації, а не формальною граматичною структурою. Такі зміни сприяють вираженню емоційності, іронії, індивідуального стилю автора й формують нову комунікативну норму цифрової епохи. У цьому контексті синтаксичні девіації можна тлумачити як ознаку мовної динаміки, у межах якої відбувається поступове переосмислення співвідношення між нормативністю та природністю висловлення.

Модифікація атрибутивних структур у сучасному англomовному медіадискурсі відображає процеси переосмислення граматичної організації висловлення під впливом медійного середовища. Відхилення від усталеного порядку прикметників у складних іменникових фразах свідчать про послаблення нормативного контролю та водночас – про прагнення мовців до стилістичної виразності й семантичної компактності. Аналіз матеріалу

показав, що такі порушення не лише створюють ефект спонтанності та емоційності, а й виконують естетичну функцію, формуючи особливий «медіастиль», властивий цифровому мовленню. У межах цього стилю граматичні правила набувають гнучкого, варіативного характеру, а синтаксис перетворюється на інструмент креативного самовираження. Таким чином, модифікація атрибутивних структур є проявом глибинної трансформації англійської граматики, що адаптується до нових соціокультурних і комунікативних реалій цифрової доби.

Загальний кількісний аналіз 205 граматичних відхилень показав нерівномірний розподіл їхніх типів у сучасному англомовному медіадискурсі. Переважають морфологічні порушення – 105 випадків (51%), що свідчить про спрощення граматичних форм і редукцію морфологічних категорій у цифровому мовленні. Синтаксичні девіації становлять 55 прикладів (27%) і відображають прагнення до лаконічності та емоційності, тоді як словотвірні – 45 випадків (22%) – демонструють креативність та експериментальність мовців. Отримані результати підтверджують, що граматична система англійської мови у медіадискурсі зазнає трансформації, де поєднуються морфологічна варіативність, синтаксична гнучкість і словотвірна інноваційність.

ВИСНОВКИ

У процесі виконання дослідження було здійснено комплексний аналіз граматичних девіацій у сучасному англomовному медіадискурсі соціальних мереж. Проведене теоретичне узагальнення, морфологічний, словотвірний та синтаксичний аналіз дали змогу сформулювати такі основні висновки.

1. Узагальнення теоретичних підходів до розуміння сутності медіадискурсу дозволило встановити, що він є однією з найбільш динамічних форм сучасної комунікації, яка виконує інформативну, соціалізуючу, маніпулятивну, політичну та розважальну функції. Медіадискурс формує суспільну свідомість і цінності, задає порядок денний та створює інформаційне середовище, у якому поєднуються мовні, соціальні та психологічні чинники. Це дає підстави розглядати його як потужний інструмент впливу на індивіда та суспільство.

2. Соціальні мережі визначаються як ключовий чинник формування сучасного англomовного дискурсу, у межах якого відбуваються інтеграція нових лексичних одиниць, зміна комунікативних стратегій і виникнення нових мовних норм. Інтерактивність, мультимодальність і доступність соціальних платформ забезпечують швидкість поширення інформації та створюють умови для постійного оновлення мовних практик. Соціальні мережі виступають не лише середовищем комунікації, а й механізмом трансформації мовної системи під впливом цифрової культури.

3. Мовні стратегії користувачів соціальних мереж характеризуються гнучкістю, економією мовних засобів і прагненням до емоційної виразності. У результаті дослідження визначено, що основними типами таких стратегій є самопрезентаційні, інтерактивні та спільнотні, кожна з яких має власні мовні інструменти впливу. Спостерігається тенденція до змішування мов, появи гібридних форм і скорочених конструкцій, що свідчить про адаптацію комунікації до умов цифрового середовища та розвиток нових моделей мовної поведінки.

4. Граматичні трансформації в медіадискурсі зумовлені

неформальністю цифрового спілкування, що призводить до відхилень від традиційних норм. Аналіз показав, що помилки проявляються у словотворі, морфології та синтаксисі, охоплюючи неправильне використання суфіксів і префіксів, форм часу, способу, числа, роду та порушення порядку слів. Такі зміни є наслідком прагнення до швидкої, експресивної комунікації й відображають процеси демократизації мовних стандартів у цифрову добу.

5. Вивчення граматичних характеристик дискурсу соціальних мереж засвідчило тенденцію до спрощення мовної структури, що проявляється у використанні коротких речень, парцеляції, еліпсису, вигуків, риторичних запитань і повторів. Морфологічна система демонструє зростання кількості скорочень, неологізмів і графічних експериментів. Це свідчить про те, що мова соціальних мереж адаптується до потреб швидкої комунікації та набуває нових експресивних рис, які поступово стають складником ширших мовних процесів.

6. Аналіз словотвірних девіацій у медіадискурсі показав, що користувачі активно порушують норми префіксації та суфіксації, створюючи нефункціональні або надлишкові словоформи. Такі новоутворення відображають прагнення до експресивності, ігровості та креативності, водночас демонструючи розмиття меж між нормативним і ненормативним словотворенням. Словотвірна варіативність стає характерною ознакою цифрової комунікації та показником її впливу на мовну систему.

7. Морфологічна варіативність у цифровій комунікації виявляє зміщення мовної норми в бік спрощення й автоматизації. Найпоширенішими є відхилення у вживанні граматичних форм часу, числа, особи та умовних конструкцій, що зумовлено впливом усномовної практики. Такі явища підтверджують тенденцію до лінгвістичної демократизації, у межах якої знижується вимогливість до точності, а комунікативна доцільність і швидкість спілкування виходять на перший план.

8. Інверсійні конструкції, виявлені у медіадискурсі, свідчать про глибокі зміни в синтаксичній організації цифрового мовлення. Вони формуються під

впливом інтерференції між прямими та непрямыми питаннями і виконують стилістичну функцію, підсилюючи емоційність і динаміку висловлення. Такі відхилення не знижують зрозумілості тексту, а натомість демонструють адаптивний потенціал англійського синтаксису до потреб неформальної онлайн-комунікації.

9. Синтаксичні відхилення у простих розповідних реченнях виявляють переорієнтацію з формальної нормативності на комунікативну ефективність. Порушення порядку обставин і прислівників часто мають прагматичний характер, пов'язаний з інтонаційним виділенням інформації. Вони сприяють формуванню нового стандарту мовлення, де природність і виразність переважають над суворою граматичною правильністю.

10. Модифікація атрибутивних структур у сучасному англomовному медіадискурсі демонструє гнучкість синтаксичних норм і прагнення мовців до стилістичної економії та емоційності. Відхилення у порядку прикметників формують новий тип «медіастилю», у межах якого граматики перетворюється на засіб креативного самовираження. Це свідчить про еволюцію англійської мови в умовах цифрової доби, де змінюється баланс між нормативністю, естетикою та комунікативною ефективністю.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що цифрове мовне середовище чинить істотний вплив на граматичну організацію мовлення, сприяючи не лише спрощенню і зниженню формальної нормативності, а й формуванню нових моделей мовної поведінки, які вимагають перегляду усталених підходів до вивчення, викладання та нормування граматики англійської мови. Отримані дані можуть стати підґрунтям для подальших досліджень у сфері лінгвістики медіадискурсу та цифрової граматики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авдієвська К. О., Баранова С. В. Комунікація в соцмережах: мовний аспект. *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Вип. 25(1). С. 76-79.
2. Ажогіна Н. В. Англомовний медіакультурний дискурс: концептуальні поняття у світлі медіалінгвістики. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. 2023. Вип. 64. С. 4-9.
3. Беззубова О. О., Рибачок К. В. Сучасний німецькомовний медіа-дискурс та перекладацька проблематика його концептів. *Молодий вчений*. 2023. № 8. С. 19-22.
4. Білик О., Ганзін В. Медіадискурс та його вплив на зображення російсько-української війни: критичний аналіз дискурсивних стратегій і маніпулятивних технік. *Folium*. 2023. № Спецвип.. С. 33–39.
5. Вжещ Я. Л. Базові категорії медіалінгвістики: медіа-мова, медіа-дискурс, медіа-текст. *Нова філологія*. 2014. № 60. С. 23-27.
6. Демешко І. М. Лексико-словотвірні інновації в медіадискурсі періоду війни. *Наукові записки Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Серія : Філологічні науки*. 2023. Вип. 2. С. 58-63
7. Зелена Ю. В. Лінгвістична специфіка інтернет-жанрів сучасної соцмережевої комунікації. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2018. Вип. 2(62). С. 98-104.
8. Зозуля І. Є., Білоус Д. А. Мовні та комунікативні особливості соціальних мереж. *Матеріали LI науково-технічної конференції підрозділів ВНТУ, Вінниця, 31 травня 2022 р.*
9. Каптюрова В. В. Комунікативні стратегії користувачів соціальних мереж та мікроблогів. *Лінгвістика XXI століття*. 2013. С. 104-111.
10. Коваль Т. Дискурс як соціолінгвальне явище сучасного медіапростору. *Науковий вісник Херсонського державного університету". Сер. : Лінгвістика*. 2014. Вип. 21. С. 176-280.

11. Коритнік Д. Ю., Баранова С. В. Медіадискурс як різнопланове явище сучасних медіадосліджень. *Нова філологія*. 2020. № 80(1). С. 266-271.
12. Корольова Н. О., Грималюк А. М. Інтернет-мем як феномен сучасного медіадискурсу: стилістично-прагматичний аспект. *Folium*. 2023. № 1. С. 33-41
13. Кочерган М. П. Загальне мовознавство. 3-тє вид. -Київ : Академія, 2010. 463 с.
14. Ладоня К. Мовні ознаки спілкування у соцмережі Facebook. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Вип. 39(2). С. 106-110.
15. Лучак-Фокшей А.-М. Віднайдення наративів у соцмережевому дискурсі. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія : Філософія*. 2018. Вип. 21. С. 56-60.
16. Лучак-Фокшей А.-М. М. Інтернет-мова як об'єкт дослідження дискурсивної прагматики соцмережевої комунікації. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2017. Вип. 20. С. 63-66.
17. Мариненко І. Типологія Мовних помилок в українському сегменті соціальних мереж (на прикладі твіттера). *Щорічний науковий збірник восьмої міжнародної науково-практичної інтернет-конференції з україністики "Діалог Мов – Діалог Культур. Україна і Світ". Серія: Міжнародна Наукова Інтернет-Конференція з Україністики*. 2018. Випуск 2017. С. 87–101.
18. Мірошніченко І.Г. Сучасні підходи до типології мас-медійного дискурсу. *Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку : матеріали II Всеукраїнської наук.-практ. конф.*, Вінниця, 12–13.10.2016. Вінниця, 2016. С. 227–231.
19. Нерян С. Комунікативні тактики аргументації в мережевому дискурсі (на матеріалі українськомовного сегменту соцмережі Facebook). *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки*. 2019. Вип. 50. С. 126-130.
20. Нерян С. Полілогізм комунікації в соцмережах: форми і жанри. *Діалог:*

- медіа-студії*. 2018. Вип. 24. С. 129-141
21. Несторук Н., Шарко А. Актуальні аспекти комунікативних стратегій. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Вип. 38(2). С. 182-185.
 22. Ніколаєва Т. М. Лексико-семантичні аспекти мови соціальних мереж. *Закарпатські філологічні студії*. 2019. Вип. 9(2). С. 96-101.
 23. Павленко В. В. Дискурсивний аналіз і критичний дискурсивний аналіз медіадискурсу: до постановки проблеми. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2015. № 1. С. 13-16.
 24. Павленко В. В. Когнітивний підхід до вивчення медіадискурсу. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2015. № 4. С. 48-51.
 25. Павлова Л. В., Тарасова Г. С. Комунікативні стратегії і тактики в англomовному політичному медіадискурсі. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Соціальні комунікації*. 2018. Т. 29(68), № 3. С. 55-60.
 26. Пальчун Т. О., Медвідь О. М. Лексичні інновації у медіадискурсі. *Філологічні трактати*. 2014. Т. 6, № 1. С. 118-123.
 27. Пянковська І. В. Концепція та методологія медіадискурсу. *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Вип. 26(1). С. 182-187.
 28. Сеньків О. М., Летнянка О. І. Неологізми-скорочення в англomовних версіях міжнародних соцмереж. *Молодий вчений*. 2016. № 6. С. 379-386.
 29. Сизонов Д. Медіатекст та медіадискурс у сучасному медійному просторі. *Studia linguistica*. 2013. Вип. 7. С. 389-392.
 30. Ситдикова І. Писемна комунікація у сучасному медіадискурсі. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. *Іноземна філологія*. 2013. № 1. С. 33-36.
 31. Скорик А. Дискурс мас-медіа в системі сучасних досліджень культурологічного характеру. Музичне мистецтво і культура. *Науковий вісник ОДМА імені А. В. Нежданової*. 2014. Вип. 19. С. 71-82.
 32. Соколовська Л. Комунікативні стратегії і техніки публічного дискурсу через призму психолінгвістики. *Актуальні питання гуманітарних наук*.

2022. Вип. 47(4). С. 91-97.
33. Суська О.О. Розвиток інформаційно-комунікативних теорій мас-медіа та вивчення впливу інформаційного простору на особистість людини. *Слово. Символ. Текст*. 2006. С. 211–226
 34. Черниш О. А. Сутнісні характеристики понять «медіадискурс» та «медіатекст» у сучасній медіа лінгвістиці. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*. 2013. № 118. с. 309-313.
 35. Шугаєв А. В. Медіа-дискурс у межах критичного дискурс-аналізу та функціонального підходу. *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Сер. : Філологічні науки (мовознавство)*. 2019. № 11. С. 172-176.
 36. Aichner T., Grünfelder M., Maurer O., Jegeni D. Twenty-five years of social media: a review of social media applications and definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*. 2021. № 24(4). P. 215-222.
 37. Barrot J. S. Social media as a language learning environment: a systematic review of the literature (2008-2019). *Computer assisted language learning*. 2022. № 35(9). P. 2534-2562.
 38. Bouvier G. *Discourse and Social Media* (1st ed.). Routledge, 2016. 136 p.
 39. Bouvier G. What is a discourse approach to Twitter, Facebook, YouTube and other social media: connecting with other academic fields?. *Journal of Multicultural Discourses*. 2023. Vol. 10(2). P. 149-162.
 40. Cambridge Dictionary | English Dictionary, Translations & Thesaurus. *Cambridge Dictionary*. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (date of access: 03.04.2025).
 41. Carr C. T., Hayes R. A. Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic journal of communication*. 2023. № 23(1). P. 46-65.
 42. Coleman S., Ross K. *The media and the public. “Them” and “Us” in media discourse*. Chichester: Wiley-Blackwell Publishing, 2010. 199 p.
 43. Curran J. *Media and power*. London, Routledge, 2002. 386 p.

- 44.Floreddu P. B., Cabiddu F. Social media communication strategies. *Journal of Services Marketing*. 2016. № 30(5). P. 490-503.
- 45.Handford M., Gee J.P. The Routledge Handbook of Discourse Analysis (1st ed.). Routledge, 2012. 712 p.
- 46.Kaptiurova O. Speech tactics in mass media discourse. *Proceedings of the National Aviation University*. 2014. № 1. С. 90-95.
- 47.Kern M. L., Park G., Eichstaedt J. C., Schwartz H. A., Sap M., Smith L. K., Ungar L. H. Gaining insights from social media language: Methodologies and challenges. *Psychological methods*. 2016. № 21(4). P. 507.
- 48.KhosraviNik M. Social Media Critical Discourse Studies (1st ed.). Routledge, 2023. 122 p.
- 49.Kuznetsova M., Chetvertak Ie. The cultural dimension of modern media discourse arrangement. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2019. № 1. С. 162-166.
- 50.Machin D., Van Leeuwen, T. Global Media Discourse: A Critical Introduction (1st ed.). Routledge, 2007. 200 p.
- 51.Mc Quail D. The theory of mass communication. Lviv, Litopys, 2010. 538 p.
- 52.Miller D., Sinanan J., Wang X., McDonald T., Haynes N., Costa E., Nicolescu R. How the world changed social media. *UCL press*, 2016. 286 p.
- 53.Oprea D. Discourse analysis in social media. *International Multidisciplinary Scientific Conference on the Dialogue between Sciences & Arts, Religion & Education*. 2022. Vol. 3. P. 315-320.
- 54.Page R., Barton D., Lee C., Unger J.W., Zappavigna M. Researching Language and Social Media: A Student Guide (2nd ed.). Routledge, 2022. 218 p.
- 55.Richardson J.E., Burrige J.D. Analysing Media Discourses (1st ed.). Routledge, 2011. 144 p.
- 56.Seargeant P., Tagg C. The language of social media: Identity and community on the internet. Springer, 2014. 272 p.
- 57.Talbot M. Media Discourse: Representation and Interaction. Edinburgh University Press, 2007. 208 p.

58. Tan S., Marissa K. L. E, M. Discourses, Modes, Media and Meaning in an Era of Pandemic: A Multimodal Discourse Analysis Approach (1st ed.). Routledge, 2022. 292 p.
59. Unger J., Wodak R., KhosraviNik M. Critical discourse studies and social media data. *Qualitative research*. 2016. Vol. 4. P. 263-282.
60. Yemelyanova O. V., Shulik S. M. Pragmatic potential of occasional innovations in mass media discourse. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія : Філологічна*. 2016. Вип. 61. С. 8-10.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

61. Threads. URL: <https://www.threads.net/?hl=uk> (дата звернення: 13.11.2024, 26.02.2025, 17.05.25, 09.09.2025).
62. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/> (дата звернення: 13.11.2024, 26.02.2025, 17.05.25, 09.09.2025).
63. Facebook. URL: <https://www.facebook.com/> (дата звернення: 13.11.2024, 26.02.2025, 17.05.25, 09.09.2025).
64. Twitter. URL: <https://x.com/> (дата звернення: 13.11.2024, 26.02.2025, 17.05.25, 09.09.2025).

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ

65. Костинян Є.Л. Граматичні конструкції з відхиленням від правил, характерні для англomовного дискурсу. Магістерські студії. *Науковий онлайн збірник ЧНУ імені Юрія Федьковича, факультету іноземних мов, кафедри англійської мови*. 2025. № 6. с. 90-97.
66. Костинян Є.Л. Соціальні мережі як платформа для формування англomовного медіа дискурсу. Актуальні питання лінгвістики, світової літератури та художнього перекладу. *Збірник наукової конференції ЛНУ імені Івана Франка, факультету іноземних мов*. 2025. Секція філології. URL: <https://docs.google.com/document/d/1PhU8K-l9n1h0epcpPT45-p6p4fAjnDnJdYc>

[Hr7BrMFU/edit?usp=sharing](#) (дата звернення: 27.03.25)

ДОДАТКИ

Додаток А

Словотвірні девіації

	Речення з помилкою	Виправлене речення	Пояснення
1.	I'm feeling super exhaustful after today's workout 🥵💪 no energy left fr (Twitter)	I'm feeling super exhausted after today's workout.	суфіксальна: непродуктивне використання <i>-ful</i>
2.	Her reaction was totally ununderstandable , tbh 🙄📧 I'm still confused (Threads)	Her reaction was totally unintelligible , tbh.	префіксальна: непродуктивне використання <i>un-</i>
3.	He's such a realistic friend 😭 always there for me no matter what <u>100</u> (Instagram)	He's such a real friend, always there for me.	лексико-словотвірна: змішання схожих понять <i>real / realistic</i>
4.	That movie was so disappointening 😞 don't waste your time, y'all (Facebook)	That movie was so disappointing , don't waste your time.	суфіксальна: подвійне суфіксування <i>-en + -ing</i>
5.	This party is so funfull 🎉🔥 can't stop dancing!! (Instagram)	This party is so fun , I love it!	суфіксальна: непродуктивне використання <i>-ful</i>
6.	I'm so hangerful rn 😞 someone feed me pls 🍕 (Threads)	I'm so hangry rn, need food ASAP.	словотвірна змішання: <i>hungry + anger → hangerful</i>
7.	Feeling inspiredable after yoga session 🧘✨ ready to conquer the day (Threads)	Feeling inspired after yoga session.	суфіксальна: непродуктивне використання <i>-able</i>
8.	That's a very overconfidentful claim 🗡️ let's not go there (Facebook)	That's a very overconfident claim.	суфіксальна: непродуктивне використання <i>-ful</i>
9.	I'm feeling kinda uselessness today 😞 not my best vibe (Instagram)	I'm feeling kinda useless today.	суфіксальна: непродуктивне використання <i>-ness</i>
10.	I'm so embarassing rn	I'm so embarrassed	словотвірна:

	😬 why did I say that 😭 (Instagram)	m.	вживання активної форми замість пасивної
11.	She has a real empathetical approach 💖 love people like that (Twitter)	She has a real empathetic approach.	суфіксальна: - непродуктивне використання <i>ical</i> замість нормативного <i>-ic</i>
12.	Feeling very dishopeful today 😞 nothing makes sense anymore (Threads)	Feeling very unhopeful today.	префіксальна: непродуктивне використання <i>dis-</i>
13.	It's so troubleness to deal with 😞 no patience left (Twitter)	It's so troublesome to deal with.	суфіксальна: непродуктивне використання <i>-ness</i>
14.	That's a worriesome fact 😬 like, should we be concerned?? (Threads)	That's a worrisome fact.	суфіксальна: неправильна утворення - <i>worry</i> + <i>-some</i>
15.	He's really an inspirable person 🌟 always pushing others forward (Instagram)	He's really inspirational person.	суфіксальна: непродуктивне використання <i>-able</i>
16.	I just disfriended him 😞 ghosted me one too many times (Facebook)	I just unfriended/defriende d him because he ghosted me.	префіксальна: непродуктивне використання <i>dis-</i>
17.	She just selfied the sunset 🌅 and it's actually kinda cute (Instagram)	She just took a selfie of the sunset.	словотвірна інновація: вербалізація іменника <i>selfie</i>
18.	Yesterday I archivated the story 🤔 felt too cringe to leave up (Instagram)	Yesterday I archived the story.	суфіксальна: неправильне утворення дієслова - <i>archive</i>
19.	He privated his account again 😬 what's he hiding now? (Twitter)	He made his account private .	словотвірна: спроба вербалізувати прикметник <i>private</i>
20.	That's so relaxful , I could stay here forever 😌🌊 (Instagram)	That's so relaxing , I love it.	суфіксальна: непродуктивне використання <i>-ful</i>
21.	Totally unrespectful	Totally disrespectful	префіксальна: <i>un-</i>

	behavior 👎 not cool at all (Twitter)	behavior.	замість <i>dis-</i>
22.	He's a true inspirator to me 🌟 like seriously, he motivates everyone (Threads)	He's a true inspiration to me.	суфіксальна: <i>-ator</i> замість <i>-ation</i>
23.	I feel so inconfident sometimes 😞 imposter syndrome is real (Instagram)	I feel so unconfident sometimes.	префіксальна: <i>in-</i> замість <i>un-</i>
24.	He's a total thinkerist 🧠 always deep in some next-level thoughts (Twitter)	He's a total thinker , always deep in thought.	суфіксальна: непродуктивне використання <i>-ist</i>
25.	The vibe was very partyning 🕺🎉 pure chaos but fun (Instagram)	The vibe was very party-like .	дієслівна: непродуктивне використання <i>-ing</i>
26.	It was a great remindment of childhood 🧸💖 felt so nostalgic (Threads)	It was a great reminder of childhood.	суфіксальна: <i>-ment</i> замість <i>-er</i>
27.	This outfit is totally trendable 🔥 serving looks all day (Instagram)	This outfit is totally trendy .	суфіксальна: <i>-able</i> замість <i>-y</i>
28.	I need a relaxment after this long day 😴 (Instagram)	I need some relaxation after this.	суфіксальна: непродуктивне використання <i>-ment</i>
29.	She's an advicer you can actually trust 📁✨ (Threads)	She's an advisor you can trust.	суфіксальна: <i>-er</i> замість <i>-or</i>
30.	His actions were totally unrespectard 😡 I'm done with him (Twitter)	His actions were totally disrespectful .	префіксальна: <i>un-</i> замість <i>dis-</i>
31.	I really enjoy your bloggingship 🥰 such creative content! (Facebook)	I really enjoy your blog / posts.	непродуктивне утворення складного слова <i>bloggingship</i>
32.	That's pure awkwardosity 😬 secondhand	That's pure awkwardness .	суфіксальна: <i>-osity</i> замість <i>-ness</i>

	embarrassment is real (Twitter)		
33.	This app is super userable 📱 even my grandma gets it lol (Facebook)	This app is super user-friendly .	суфіксальна: <i>-able</i> замість <i>-friendly</i>
34.	She's overpositiving everything 😊 it's cute but exhausting (Threads)	She's too positive about everything.	непродуктивне словотвірне новоутворення з <i>-ing</i>
35.	That was pure boredomness 😴 nothing happened the whole night (Facebook)	That was pure boredom .	суфіксальна: непродуктивне використання <i>-ness</i>
36.	I felt really unsecure during the meeting 😬 like no one listened (Twitter)	I felt really insecure during the meeting.	префіксальна: <i>un-</i> замість <i>in-</i>
37.	That was totally inpolite of him 😡 I expected better (Facebook)	That was totally impolite of him.	префіксальна: <i>in-</i> замість <i>im-</i>
38.	She looked so undecisive about it 😞 girl just pick something (Instagram)	She looked so indecisive about it.	префіксальна: <i>un-</i> замість <i>in-</i>
39.	This decision feels kinda nonlogical to me 🧩 (Threads)	This decision feels kinda illogical to me.	префіксальна: <i>non-</i> замість <i>il-</i>
40.	It's unpossible to deal with all that today 😞 don't talk to me (Twitter)	It's impossible to deal with all that.	префіксальна: <i>un-</i> замість <i>im-</i>
41.	He's so unresponsible sometimes 😬 like pls get it together (Facebook)	He's so irresponsible sometimes!	префіксальна: <i>un-</i> замість <i>ir-</i>
42.	They were being disrespectless on purpose 😡 I saw it (Instagram)	They were being disrespectful on purpose.	суфіксальна: <i>-less</i> замість <i>-ful</i>
43.	Your comment is	Your comment is	суфіксальна:

	completely misunderstandable 😵👉 please explain (Threads)	completely hard to understand / unclear.	непродуктивне використання <i>-able</i>
44.	We're not unagreeing , we're just... unsure 😊 (Twitter)	We're not disagreeing , we're just unsure.	префіксальна: <i>un-</i> замість <i>dis-</i>
45.	He's so incompetant at handling stress 😬 it's painful to watch (Facebook)	He's so incompetent at handling stress.	суфіксальна: <i>-ant</i> замість <i>-ent</i>

Морфологічні девіації

	Речення з помилкою	Виправлене речення	Пояснення
1.	I saw two childs playing on street 😍 (Facebook)	I saw two children playing on the street 😍	число: неправильне утворення множини: <i>childs</i> замість <i>children</i>
2.	This is the bester cake I ever had! (Instagram)	This is the best cake I ever had!	ступінь порівняння: неправильне утворення найвищого ступеня: <i>bester</i> замість <i>best</i>
3.	My friend gave me hers book yesterday (Threads)	My friend gave me her book yesterday	відмінок: неправильна форма присвійного займенника: <i>hers</i> замість <i>her</i>
4.	He don't likes this song 😊 (Twitter)	He doesn't like this song 😊	особа: неправильна форма допоміжного дієслова: <i>don't</i> з <i>he</i>
5.	We was invited to the party but couldn't go (Facebook)	We were invited to the party but couldn't go	особа/число: неправильне узгодження: <i>was</i> з <i>we</i>
6.	She's more happier now after moving (Instagram)	She's happier now after moving	ступінь порівняння: надлишкове утворення: <i>more happier</i>
7.	They is waiting for their orders (Threads)	They are waiting for their orders	особа/число: неправильне узгодження: <i>They is</i>
8.	Who else seen this before? (Facebook)	Who else has seen this before?	час: пропущене допоміжне дієслово у Present Perfect: <i>seen</i> без <i>have</i>
9.	I have two mouses at my place 🐭 (Twitter)	I have two mice at my place 🐭	число: неправильне утворення множини: <i>mouses</i> замість <i>mice</i>
10.	If I would knew that, I'd come (Instagram)	If I had known that, I'd come	спосіб: <i>would knew</i> замість <i>had known</i>
11.	She brang her bag but forgot keys (Threads)	She brought her bag but forgot keys	час: неправильна форма дієслова: <i>brang</i> замість <i>brought</i>
12.	They doesn't want to	They don't want to be	особа: <i>doesn't</i> вжито з

	be left out (Facebook)	left out	множиною <i>they</i>
13.	That was the amazingest concert! (Instagram)	That was the most amazing concert!	ступінь порівняння: неприйнятна форма: <i>amazingest</i>
14.	I'm the most tall in my class lol (Twitter)	I'm the tallest in my class lol	ступінь порівняння: порушення правила для коротких прикметників: <i>most tall</i>
15.	He love football so much  (Threads)	He loves football so much 	особа: відсутність закінчення -s у 3-й особі однини: <i>He love</i>
16.	This shoes is comfy! (Facebook)	These shoes are comfy!	особа/число: <i>shoes</i> є множиною, а <i>is</i> : однина
17.	She throwed the ball super far (Instagram)	She threw the ball super far	час: неправильна форма дієслова: <i>throwed</i> замість <i>threw</i>
18.	They was suppose to come early (Twitter)	They were supposed to come early	стан: <i>was suppose</i> замість <i>were supposed</i>
19.	He has went to Paris twice (Threads)	He has gone to Paris twice	час: неправильна форма дієслова у Perfect: <i>went</i> замість <i>gone</i>
20.	My brother and me painted it (Instagram)	My brother and I painted it	відмінок: <i>me</i> замість <i>I</i> у підметі
21.	If she would've told me, I wouldn't be here (Twitter)	If she had told me, I wouldn't be here	спосіб: неправильне використання <i>would have told</i> в обох частинах
22.	Cake was ate extremelly quickly (Threads)	Cake was eaten by us quickly	стан: неправильна форма дієслова: <i>ate</i> замість <i>eaten</i>
23.	I got two foots injuries (Facebook)	I got two foot injuries	число: неправильна форма множини: <i>foots</i> замість <i>feet</i>
24.	She is more kindlier than him (Instagram)	She is kinder than him	ступінь порівняння: надлишкове утворення: <i>more kindlier</i>
25.	That dogs bark all night (Twitter)	Those dogs bark all night	особа: <i>That dogs</i> замість <i>Those dogs</i>
26.	I've took the test (Threads)	I've taken the test already	час: неправильна форма дієслова в

			Perfect: <i>took</i> замість <i>taken</i>
27.	He don't got no time to waste (Facebook)	He doesn't have any time to waste	особа: <i>He don't got no</i>
28.	This is the less interesting book (Instagram)	This is the least interesting book	ступінь порівняння: <i>less interesting</i> замість <i>least interesting</i>
29.	They is loving the new album 🎵 (Twitter)	They are loving the new album 🎵	особа: <i>They is</i> замість <i>They are</i>
30.	Just saw a bunch of gooses in the park 😂 (Facebook)	Just saw a bunch of geese in the park 😂	число: неправильне утворення множини: <i>gooses</i> замість <i>geese</i>
31.	He's the worster driver I know 😞 (Instagram)	He's the worst driver I know 😞	ступінь порівняння: неправильна форма: <i>worster</i>
32.	Me and Sarah went shopping today (Threads)	Sarah and I went shopping today	відмінок: <i>Me and Sarah</i> замість <i>Sarah and I</i>
33.	If I would be rich, I buy a yacht (Twitter)	If I were rich, I'd buy a yacht	спосіб: <i>would be</i> у 2-му типі замість <i>were</i>
34.	This cats is always hungry (Facebook)	Those cats are always hungry	особа: <i>This cats is</i> замість <i>These cats are</i>
35.	My mom teached me how to bake 🍷 (Instagram)	My mom taught me how to bake 🍷	час: неправильна форма дієслова: <i>teached</i> замість <i>taught</i>
36.	They was gone before I arrived (Threads)	They were gone before I arrived	особа: <i>was</i> замість <i>were</i>
37.	He do his chores every Sunday (Twitter)	He does his chores every Sunday	особа: <i>He do</i> замість <i>He does</i>
38.	One of the mans helped me with my car (Facebook)	One of the men helped me with my car	число: неправильна форма множини: <i>mans</i> замість <i>men</i>
39.	This is the more delicious pizza ever! (Instagram)	This is the most delicious pizza ever!	ступінь порівняння: надлишкове використання: <i>more delicious</i>
40.	I didn't knew she was coming (Threads)	I didn't know she was coming	час: <i>didn't knew</i> замість <i>didn't know</i>
41.	That one is mines , don't touch! (Twitter)	That one is mine , don't touch!	відмінок: <i>mines</i> замість <i>mine</i>
42.	She was took to the hospital (Facebook)	She was taken to the hospital	стан: неправильна форма дієслова: <i>was</i>

			<i>took</i> замість <i>was taken</i>
43.	The book was write by a famous author (Instagram)	The book was written by a famous author	пасив: неправильна форма: <i>was write</i> замість <i>was written</i>
44.	There is too much informations here (Threads)	There is too much information here	число: неправильна форма незлічуваного іменника: <i>informations</i>
45.	He drawed that picture himself (Twitter)	He drew that picture himself	час: неправильна форма дієслова: <i>drawed</i> замість <i>drew</i>
46.	They didn't wanted to join us (Facebook)	They didn't want to join us	час: <i>wanted</i> після <i>didn't</i>
47.	Where's the childs at? (Instagram)	Where are the children at?	число: <i>childs</i> замість <i>children</i>
48.	My shoes is wet 😞 (Threads)	My shoes are wet 😞	особа: <i>shoes is</i> замість <i>shoes are</i>
49.	She sings more better than her sister (Twitter)	She sings better than her sister	ступінь порівняння: надлишкове утворення: <i>more better</i>
50.	I was ran out of energy by noon 😵 (Facebook)	I was running out of energy by noon 😵	стан: неправильна форма пасивного дієслова: <i>was ran</i> замість <i>was running</i> або <i>ran out</i>
51.	These news are shocking 😱 (Instagram)	This news is shocking 😱	особа: <i>news</i> як однина, а вжито як множина
52.	They was been warned about the storm (Threads)	They had been warned about the storm	стан: неправильна форма Perfect Continuous: <i>was been warned</i>
53.	That idea was mines actually 🙌 (Twitter)	That idea was mine actually 🙌	відмінок: <i>mines</i> замість <i>mine</i>
54.	She forgetted to bring her ID (Facebook)	She forgot to bring her ID	час: неправильна форма дієслова: <i>forgetted</i> замість <i>forgot</i>
55.	The test was took last week (Instagram)	The test was taken last week	стан: неправильна форма дієслова: <i>was took</i> замість <i>was taken</i>
56.	I would help you if I would have more time	I would help you if I had more time	спосіб: <i>would have</i> у обох частинах

	(Threads)		замість Past Simple + would
57.	He has did all the work himself (Twitter)	He has done all the work himself	час: неправильна форма дієслова: <i>has did</i> замість <i>has done</i>
58.	There's many criteria s to consider (Facebook)	There are many criteria to consider	число: неправильна форма множини: <i>criteria</i> s замість <i>criteria</i>
59.	She don't wants to go (Threads)	She doesn't want to go	особа: <i>She don't</i> замість <i>She doesn't</i>
60.	We was gone before they arrived (Twitter)	We were gone before they arrived	особа: <i>We was</i> замість <i>We were</i>
61.	His opinions is always loud 😞 (Facebook)	His opinions are always loud 😞	особа: <i>opinions is</i> замість <i>opinions are</i>
62.	The story was so much more interestinger (Instagram)	The story was so much more interesting	ступінь порівняння: <i>interestinger</i> замість <i>more interesting</i>
63.	They haven't wrote anything yet (Threads)	They haven't written anything yet	час: неправильна форма дієслова: <i>wrote</i> замість <i>written</i>
64.	Me and John is ready (Twitter)	John and I are ready	відмінок займенника: <i>Me and John</i> замість <i>John and I</i>
65.	You was great tonight! (Facebook)	You were great tonight!	особа: <i>You was</i> замість <i>You were</i>
66.	I seen that before somewhere 😞 (Instagram)	I have seen that before somewhere 😞	час: неправильна форма дієслова: <i>seen</i> без <i>have</i>
67.	It was the baddest idea ever 💀 (Threads)	It was the worst idea ever 💀	ступінь порівняння: <i>baddest</i> замість <i>worst</i>
68.	Nobody have called me today (Twitter)	Nobody has called me today	особа: <i>have</i> з <i>Nobody</i> замість <i>has</i>
69.	She's the most nicest person I know (Facebook)	She's the nicest person I know	ступінь порівняння: надлишкове утворення: <i>most nicest</i>
70.	He have so many advices to give 😞 (Instagram)	He has so much advice to give 😞	число: неправильна форма незлічуваного іменника: <i>advices</i>
71.	There was a lot of equipments in the room (Facebook)	There was a lot of equipment in the room	число: неправильна форма незлічуваного іменника: <i>equipments</i>
72.	I wish she comes back	I wish she came back	спосіб: неправильне

	soon 😞 (Threads)	soon 😞	вживання часу: <i>wish she comes</i> замість <i>came</i>
73.	He's the goodest boy ever 🐶 (Instagram)	He's the best boy ever 🐶	ступінь порівняння: <i>goodest</i> замість <i>best</i>
74.	She gived me this gift 📺 (Facebook)	She gave me this gift 📺	час: неправильна форма дієслова: <i>gived</i> замість <i>gave</i>
75.	It was me who made themselves coffee (Threads)	It was me who made myself coffee	відмінок: <i>themselves</i> замість <i>myself</i>
76.	The house were sold last month 🏠 (Twitter)	The house was sold last month 🏠	особа: <i>house were</i> замість <i>house was</i>
77.	If I would know , I'd tell you (Instagram)	If I knew , I'd tell you	спосіб: <i>would know</i> замість <i>knew</i>
78.	She have drank too much coffee ☕ (Facebook)	She has drunk too much coffee ☕	час: неправильна форма дієслова: <i>have drank</i> замість <i>have drunk</i>
79.	This is the most fastest app ever (Threads)	This is the fastest app ever	ступінь порівняння: <i>most fastest</i> замість <i>fastest</i>
80.	He didn't spoke to anyone (Twitter)	He didn't speak to anyone	час: неправильна форма після <i>didn't</i> : <i>spoke</i> замість <i>speak</i>
81.	I was born in 90s and saw many sheeps 🐑 (Facebook)	I was born in 90s and saw many sheep 🐑	число: неправильна форма множини: <i>sheeps</i>
82.	He said hissself it was true (Threads)	He said himself it was true	відмінок: <i>hissself</i> замість <i>himself</i>
83.	Why is you always late? 😞 (Twitter)	Why are you always late? 😞	особа: <i>is you</i> замість <i>are you</i>
84.	We was going to travel but plans changed (Instagram)	We were going to travel but plans changed	особа: <i>We was</i> замість <i>We were</i>
85.	She catched the bouquet 🌸 (Facebook)	She caught the bouquet 🌸	час: неправильна форма дієслова: <i>catched</i> замість <i>caught</i>
86.	This movie is more better than last one (Threads)	This movie is better than last one	ступінь порівняння: надлишкове утворення: <i>more better</i>

87.	Nobody don't want to do this (Twitter)	Nobody wants to do this	час: <i>Nobody don't</i> замість <i>Nobody wants</i>
88.	I don't like when peoples are loud (Instagram)	I don't like when people are loud	число: <i>peoples</i> замість <i>people</i>
89.	That car is their's 🚗 (Facebook)	That car is theirs 🚗	займенник: <i>their's</i> замість <i>theirs</i>
90.	If he would arrived earlier, we leave (Threads)	If he had arrived earlier, we'd leave	спосіб: неправильне вживання Past Perfect: <i>would arrived</i>
91.	My brother have went to Spain 🇪🇸 (Instagram)	My brother has gone to Spain 🇪🇸	час: <i>have went</i> замість <i>have gone</i>
92.	She bringed cupcakes to work 🍰 (Facebook)	She brought cupcakes to work 🍰	час: <i>bringed</i> замість <i>brought</i>
93.	This is the less cheapest option (Threads)	This is the least cheap option	ступінь порівняння: <i>less cheapest</i> замість <i>least cheap</i>
94.	He didn't knew what to say (Twitter)	He didn't know what to say	час: <i>didn't knew</i> замість <i>didn't know</i>
95.	She's the most quickest runner 🏃♀️ (Facebook)	She's the quickest runner 🏃♀️	ступінь порівняння: <i>most quickest</i> замість <i>quickest</i>
96.	If I would be you , I'd not do it (Twitter)	If I were you, I'd not do it	спосіб: <i>would be you</i> замість <i>were you</i>
97.	The thief was saw by someone (Instagram)	The thief was seen by someone	стан: неправильна форма дієслова: <i>was saw</i> замість <i>was seen</i>
98.	They has not came yet (Facebook)	They have not come yet	час: <i>has not came</i> замість <i>has not come</i>
99.	I seen this meme before 😂 (Threads)	I have seen this meme before 😂	час: <i>seen</i> без <i>have</i>
100.	Nobody have done this challenge before (Twitter)	Nobody has done this challenge before	особа: <i>have</i> з <i>Nobody</i> замість <i>has</i>
101.	Those ones is better (Instagram)	Those ones are better	особа: <i>ones is</i> замість <i>ones are</i>
102.	She is a more kinder soul than me (Facebook)	She is a kinder soul than me	ступінь порівняння: <i>more kinder</i> замість <i>kinder</i>
103.	Him and his brother plays together 🎮	He and his brother play together 🎮	відмінок займенника + особа: <i>Him plays</i>

	(Threads)		замість <i>He plays</i>
104.	The cookies was ate by the kids (Twitter)	The cookies were eaten by the kids	стан: неправильна форма: <i>was ate</i> замість <i>was eaten</i>
105.	I thoughted he was joking (Instagram)	I thought he was joking	час: <i>thoughted</i> замість <i>thought</i>

Додаток В

Синтаксичні девіації

	Речення з помилкою	Виправлене речення	Пояснення
1.	I don't know where is she now 😞 (Twitter)	I don't know where she is now	порядок слів у твердженнях із питальними словами
2.	Tell me what did you mean by that, I'm lost 🧠 (Threads)	Tell me what you meant by that	порядок слів у твердженнях із питальними словами
3.	I wonder why did he leave so early 🙋♀ (Facebook)	I wonder why he left so early	порядок слів у твердженнях із питальними словами
4.	Can't believe how amazing was it! 🎉 (Instagram)	Can't believe how amazing it was!	порядок слів у твердженнях із питальними словами
5.	I go always to the gym on Mondays 💪 (Threads)	I always go to the gym on Mondays	порядок обставин часу/місця
6.	She visited me yesterday at my house , uninvited 😊 (Facebook)	She visited me at my house yesterday	порядок обставин часу/місця
7.	We arrived quickly at the station , almost missed it 🚆 (Twitter)	We arrived at the station quickly	порядок обставин часу/місця
8.	He bought a leather black nice jacket, fashion fail 😂 (Instagram)	He bought a nice black leather jacket	порядок прикметників
9.	I saw a wooden small old chair in the attic 🪑👻 (Facebook)	I saw a small old wooden chair in the attic	порядок прикметників
10.	She wore a red long beautiful dress to the party 🧚🔥 (Threads)	She wore a beautiful long	порядок прикметників
11.	I never can see him at school, he's like a ghost 👻 (Instagram)	I can never see him at school	порядок обставин часу/місця
12.	He will come probably late again 😞 (Facebook)	He will probably come late again	порядок обставин часу/місця
13.	I wonder what does	I wonder what she	порядок слів у

	she think about it 🤔 (Twitter)	thinks about it	твердженнях із питальними словами
14.	He told me when will he arrive , like I care 😊 (Threads)	He told me when he will arrive	порядок слів у твердженнях із питальними словами
15.	I don't know why is he angry , he just snapped 😡 (Facebook)	I don't know why he is angry	порядок слів у твердженнях із питальними словами
16.	The kids often are tired after school 😞📚 (Twitter)	The kids are often tired after school	порядок обставин часу/місця
17.	We go on Sundays usually for brunch ☕🥞 (Instagram)	We usually go on Sundays	порядок обставин часу/місця
18.	She cleaned carefully the floor before guests came 😊💖 (Facebook)	She cleaned the floor carefully	порядок обставин часу/місця
19.	I saw a beautiful Italian old painting at grandma's 🖼️🇮🇹 (Threads)	I saw a beautiful old Italian painting	порядок прикметників
20.	He owns a metal big strange machine in his garage 🤖 (Twitter)	He owns a strange big metal machine	порядок прикметників
21.	That's a plastic red small bottle I found 🧴👁️ (Instagram)	That's a small red plastic bottle	порядок прикметників
22.	She hardly can ever sleep well these days 😞💤 (Facebook)	She can hardly ever sleep well	порядок обставин часу/місця
23.	I never have eaten sushi before 🍣🥰 (Threads)	I have never eaten sushi before	порядок обставин часу/місця
24.	We will go definitely tomorrow no matter what! 💪 (Instagram)	We will definitely go tomorrow	порядок обставин часу/місця
25.	He didn't say why was he late... again 😞 (Facebook)	He didn't say why he was late	порядок слів у твердженнях із словами
26.	I forgot where did I put it 😭📦 (Threads)	I forgot where I put it	Неправильний порядок слів у твердженнях із

			питальними словами
27.	Do you know how much is it? I'm not paying that 😞 (Twitter)	Do you know how much it is?	порядок слів у твердженнях із питальними словами
28.	Can you tell me who is she?? 🤔 (Instagram)	Can you tell me who she is?	порядок слів у твердженнях із питальними словами
29.	Let me know what do you think , I'm stressed 😫🌀 (Facebook)	Let me know what you think	порядок слів у твердженнях із питальними словами
30.	I go every day by bus to uni 🚌 (Threads)	I go by bus every day	порядок обставин часу/місця
31.	They returned last week home , didn't even call 🤔 (Twitter)	They returned home last week	порядок обставин часу/місця
32.	We walked slowly in the park 🌳 kinda peaceful (Instagram)	We walked in the park slowly	порядок обставин часу/місця
33.	He gave me a wooden beautiful box 💖 loved it! (Facebook)	He gave me a beautiful wooden box	порядок прикметників
34.	She found a silver little cute ring 😍💍 (Threads)	She found a cute little silver ring	порядок прикметників
35.	We saw an ancient huge stone sculpture and I was like WOW 🤩 (Twitter)	We saw a huge ancient stone sculpture	порядок прикметників
36.	You always should brush your teeth 🪥 like seriously! (Instagram)	You should always brush your teeth	порядок обставин часу/місця
37.	I never will forget this moment 😭❤️ (Facebook)	I will never forget this moment	порядок обставин часу/місця
38.	He barely can speak English... it's kinda sad 😞 (Threads)	He can barely speak English	порядок обставин часу/місця
39.	I wonder how is she doing rn 🤔👉 (Twitter)	I wonder how she is doing	порядок слів у твердженнях із питальними словами

40.	She asked me where did I go 😓 like girl I just stepped out! (Instagram)	She asked me where I went	порядок слів у твердженнях із питальними словами
41.	I want to know what do you want from me 😓 (Facebook)	I want to know what you want	порядок слів у твердженнях із питальними словами
42.	He asked me when will I be back 😓 and I had no clue (Threads)	He asked me when I would be back	порядок слів у твердженнях із питальними словами
43.	I don't get what are you trying to say 🙄 (Twitter)	I don't get what you are trying to say	порядок слів у твердженнях із питальними словами
44.	Could you explain why is it wrong?? I'm confused af 😓 (Instagram)	Could you explain why it is wrong?	порядок слів у твердженнях із питальними словами
45.	She explained me how works this app 🤖 (Threads)	She explained me how this app works	порядок слів у твердженнях із питальними словами
46.	He told us where did he find it and it was wild 😓 (Twitter)	He told us where he found it	порядок слів у твердженнях із питальними словами
47.	I don't know what should I wear tonight 😓 👗 (Instagram)	I don't know what I should wear	порядок слів у твердженнях із питальними словами
48.	We asked them why did they leave like that 😓 (Facebook)	We asked them why they left	порядок слів у твердженнях із питальними словами
49.	He explained me how does it work , but I still don't get it 🙄 (Twitter)	He explained me how it works	порядок слів у твердженнях із питальними словами
50.	They asked me what do I want , as if I even know 😓 ✨ (Instagram)	They asked me what I wanted	порядок слів у твердженнях із питальними словами
51.	She said how much does it cost and my jaw dropped 💵💵💵 (Facebook)	She said how much it cost	порядок слів у твердженнях із питальними словами
52.	I showed her where is the document but she	I showed her where the document is	порядок слів у твердженнях із

	lost it again 😞 (Threads)		питальними словами
53.	Can you explain how does this happen?? This makes zero sense 🤪 (Twitter)	Can you explain how this happens?	порядок слів у твердженнях із питальними словами
54.	I don't know how does she feel , she ain't texting back 😞 (Instagram)	I don't know how she feels	порядок слів у твердженнях із питальними словами
55.	She told me why did she cry and omg I felt that 😞 (Facebook)	She told me why she cried	порядок слів у твердженнях із питальними словами