

УДК 811.161.2'276.6:811.111'276.6:004.738.5

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.1.12>**Ірина ФРИДРИК**

викладач кафедри соціально-гуманітарних дисциплін,
Хмельницький фаховий економіко-технологічний коледж
Університету економіки і підприємництва, fridrikirina@ukr.net
ORCID: 0009-0008-0637-7243

Ганна ВАВРИЧИНА

викладач кафедри соціально-гуманітарних дисциплін,
Хмельницький фаховий економіко-технологічний коледж
Університету економіки і підприємництва, annabednaya1@ukr.net
ORCID: 0000-0003-0963-9356

УКРАЇНСЬКА ТА АНГЛІЙСЬКА В ІНТЕРНЕТІ: РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА В РОЗВИТКУ МОВ

У дослідженні розглядається роль соціальних медіа в процесі вивчення англійської мови та міжнародної комунікації. Наголошується, що в екстремальних умовах соціальні медіа дозволяють користувачам встановлювати контакти, спілкуватися між собою, ділитися новинами, фото, аудіо- й відеоконтентом, досвідом, корисними посиланнями, висловлювати власну думку як українською так і англійською мовами. Це безумовно розширює сферу обміну інформацією, розвиває мовний контент. Найстабільнішими сервісами залишаються «Ютуб», «Телеграм», «Фейсбук». Соціальні медіа стали найактивнішими мережами в контексті спеціальних політик у відповідь на ескалацію війни в Україні. Там були створені додаткові можливості для захисту персональних даних українців, посилювався моніторинг контенту, збільшилася команда носіїв української мови, було заборонено поширення політичної реклами. Міжнародна комунікація та навчальні ресурси подаються через хронологічність стрічки, простоту інтерфейсу, активний перехід у мережу державної комунікації, наявність багатофункціональних чат-ботів, швидкість комунікації тощо. Багатовекторна міжнародна комунікація у соціальних медіа сприяє розвитку якості та популярності України, а також використання загальновідомих інструментів для її представлення сприяє впізнаваності та закріпленню потенціалу українців на світовій арені. Що більше українців висловлюють національні проблеми через соціальні мережі, то більше представників інших країн може зацікавитися українською культурою, політичною ситуацією в Україні та українським статусом на політичній та дипломатичній мапах світу.

Такі кроки, у свою чергу, сприятимуть розповсюдженню інформації та закріпленню українців як нації на цих мапах. Це одна з запорук взаємної уваги та поваги між представниками різних країн. Можна також зазначити, що активна міжнародна взаємодія та обмін елементами соціальної комунікації між різними державами сприяє підвищенню довіри та підтримки серед населення у світі. Також стверджується, що мовні трансформації полегшують взаємодію користувачів, роблячи спілкування більш швидким і доступним. З іншого. У соціальних медіа змінюються традиційні норми мови. Користувачі повинні зберігати баланс між інноваціями та дотриманням класичних мовних норм, особливо в офіційному і професійному контекстах. Тому аналіз впливу цифрових платформ в україномовній та англійськомовній комунікації є важливим фактором становлення нових мовних систем.

Ключові слова: соціальні медіа, інтернет-ресурси, навчальний процес, медіаграмотність, канали комунікації.

Irina Fridrik, Hanna Vavrychyna. UKRAINIAN AND ENGLISH ON THE INTERNET: THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN LANGUAGE DEVELOPMENT

The study examines the role of social media in the process of learning English and international communication. It is emphasized that in extreme conditions, social media allow users to establish contacts, communicate with each other, share news, photos, audio and video content, experiences, useful links, and express their own opinions in both Ukrainian and English. This definitely expands the scope of information exchange and develops the language context. YouTube, Telegram, and Facebook remain the most stable services. Social media have become the most active networks in the context of special policies in response to the escalation of the war in Ukraine. Additional opportunities were created to protect the personal data of Ukrainians, content monitoring was intensified, the team of Ukrainian language speakers was expanded, and the distribution of political advertising was banned. International communication and educational resources are provided through a chronological feed, simple interface, active transition to the state communication network, multifunctional chatbots, speed of communication, etc. Multidirectional international communication in social media contributes to the development of Ukraine's quality and popularity, and the use of well-known tools to represent it helps to recognize and consolidate the potential of Ukrainians on the world stage. The more Ukrainians express national issues through social media, the more representatives of other countries may become interested in Ukrainian culture, the political situation in Ukraine, and Ukraine's status on the political and diplomatic maps of the world.

Such steps, in turn, will help to spread information and consolidate Ukrainians as a nation on these maps. This

is one of the keys to mutual attention and respect between representatives of different countries. It can also be noted that active international interaction and the exchange of social communication elements between different states contributes to increasing trust and support among the world's population. It is also argued that language transformations facilitate user interaction, making communication faster and more accessible. On the other hand. Traditional language norms are changing in social media. Users must maintain a balance between innovation and adherence to classical language norms, especially in formal and professional contexts. Therefore, analyzing the impact of digital platforms in Ukrainian and English communication is an important factor in the formation of new language systems.

Key words: *social media, Internet resources, educational process, media literacy, communication channels.*

Постановка проблеми. У сучасному українському суспільстві, що перебуває під впливом глобального інформаційного простору, формується особлива комунікаційна позиція. На громадську думку впливають соціальні медіа, популярність яких особливо зросла від початку повномасштабного вторгнення. У екстремальних умовах соціальні медіа дозволяють користувачам встановлювати контакти, спілкуватися між собою, ділитися новинами, фото, аудіо- й відеоконтентом, досвідом, корисними посиланнями, висловлювати власну думку. Це безумовно розширює сферу застосування української та англійської мови.

Зокрема громадська позиція із 2014 по 2025 роки активно формується навколо соціальних медіа «Ютуб», «Телеграм», «Фейсбук» та «Твіттер». Англійська мова у вказаних соціальних медіа стала джерелом донесення інформації щодо права громадськості на повну та об'єктивну інформацію; застосування незаконних методів отримання та поширення інформації; застосування джерел інформації, які не відповідають умовам воєнного стану; дискримінацію через стать, мову, расу, релігію, національне, регіональне, чи соціальне походження або через політичні уподобання; приховування інформації; безпідставне публічне звинувачення у злочинах; робота на рекламодавців та політиків із особистою вигодою; застосування суджень та припущень.

У інших медіа, а саме в «Інстаграм» і «Тікток», продовжує розвиватися англomовний соціальний контент, спираючись на популярність блогерів, поширення реклами.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Можна констатувати виражений інтерес наукової спільноти до вивчення впливу цифрових технологій на мовну комунікацію. Так, наприклад, загальні питання глобалізації та цифрових трансформацій, що впливають на мовну ситуацію, представлені у роботах таких дослідників як О. Білоус [2], В. Чорна та І. Алексєєнко [8]. Зокрема, О. Білоус висвітлює процеси глобалізації та їхній вплив на Україну, що є важливим контекстом для аналізу мовних змін в Інтернеті [2]. У цьому ж контексті у дослідженні В. Чорної

та І. Алексєєнко основну увагу сфокусовано на правових аспектах цифрової трансформації, зокрема інформаційних правах людини в Україні, що має безпосереднє відношення до питання використання мов в онлайн-середовищі [8].

Можна також відзначити наявність робіт, присвячених ролі соціальних медіа у формуванні медіапростору та громадської думки. С. Остапчук та А. Закомолдіна аналізують значення соціальних мереж у сучасному медіапросторі, підкреслюючи їхній вплив на комунікаційні процеси та поширення інформації [5]. Подібні аспекти розглядає М. Рудик, зосереджуючись на механізмах впливу соціальних медіа на громадську думку [6].

Ще один важливий напрям досліджень стосується використання соціальних медіа у навчальних процесах та мовній освіті. О. Тишковою [7] було проаналізовано виклики, що постають перед освітнім середовищем у зв'язку з поширенням соціальних мереж, а Н. Бориско [1] представлено теоретичні основи створення навчально-методичних комплексів для міжкультурної підготовки вчителів іноземних мов, що є важливим у контексті формування двомовного освітнього простору. Зарубіжні науковці Й. Бергман та А. Семс [9] зосереджуються на концепції перевернутого навчання, що також займає не останнє місце у використанні соціальних медіа для навчання мов.

Можна також виділити групу досліджень, присвячених специфіці комунікації в соціальних мережах. У цьому контексті можна відзначити роботи А. Каверіної [4], Т. Кузнецова [3] а також С. Кавате та К. Патіл [10]. Зокрема, А. Каверіна аналізує основні напрями досліджень соціальних медіа в Україні, що є цінним для розуміння загальних тенденцій розвитку цього явища [4]. У свою чергу С. Кавате та К. Патіл досліджують використання ненормативної лексики в соціальних мережах, що також відображає особливості мовної поведінки в онлайн-середовищі [10]. Українська дослідниця Т. Кузнецова вивчає роль мультимедійних презентацій та відеоматеріалів у навчальному процесі, що виступає важливим аспектом цифрової освіти [3].

Аналіз літературних джерел свідчить про можливість виокремлення ряду напрямів досліджень ролі соціальних медіа в розвитку української та англійської мов в Інтернеті. Наявні дослідження охоплюють широке коло питань – від загальних тенденцій глобалізації до конкретних аспектів використання цифрових технологій у навчанні та комунікації. У той же час можна констатувати суттєвий дефіцит досліджень, в яких би ґрунтовно висвітлювались роль та функції соціальних медіа в контексті їх впливу на розвиток мов, що обґрунтовує необхідність подальших досліджень у цьому напрямку.

Мета статті – з'ясувати роль та функції соціальних медіа в процесі їх впливу на українську та англійську комунікацію.

Поставлена перед нами мета, вимагає розв'язання концептуальних завдань:

1. Охарактеризувати визначення «соціальні медіа» в сучасному науковому дискурсі.

2. Вказати значення та функції різних видів соціальних мереж та їх зв'язок із глобалізаційними процесами на англійськомовних освітніх, політичних та міжнародних ресурсах.

3. З'ясувати суспільну роль найпопулярніших соціальних медіа та їх вплив на громадську думку від початку повномасштабного вторгнення та як вони впливають на англійськомовний контент.

4. На прикладі каналів «Телеграм», «Ютуб», «Фейсбук», «Твіттер» та інших показати приклади міжнародної комунікації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Активний розвиток технологій сприяв закріпленню в системі ЗМІ соціальних медіа. У сучасному трактуванні це засоби суспільної комунікації, які використовуються для зберігання, відтворення та поширення інформації.

Соціальні медіа вважаються новими та інтерактивними, вони розповсюджуються через мережу Інтернет, також характеризуються комунікативними, мультимедійними та інтерактивними якостями, гнучкістю форми та змісту, персоналізацією контенту та оперативністю подання інформації. За допомогою соціальних медіа користувачі спілкуються в групах, можуть будувати соціальні зв'язки або відносини один з одним та поширювати інформацію про особисте життя. Також активно поширювати інформацію про суспільне становище, політику, міжнародні відносини тощо. Через соціальні медіа також поширюються мультимедійні матеріали, відео, інформація про дозвілля.

Соціальні ресурси впливають на суспільну позицію через можливість здійснювати комунікацію, споживати, створювати й розповсюджувати контент.

За твердженням С. Остапчука, соціальні медіа створюють нові норми взаємодії з аудиторією, особливо щодо простору та часу. Вони дозволяють формувати спільноти незалежно від їхньої географічної близькості та брати участь у спілкуванні водночас великої кількості людей [5, с. 148]. Це справді так, бо якщо проаналізувати дослідження К. Мюллера, Н. Ньюмана, М. Глейзера та інших, то робимо висновок, що через приватну комунікацію створюється відчуття, що люди займають той самий простір, хоча й не фізично. У такий спосіб формується особлива комунікаційна модель, де учасники начебто перебувають в одному кіберпросторі, хоча може насправді займати декілька. Зрозуміло, що такий простір суттєво впливає на формування способу організації суспільства та його погляди. Тому таку модель зв'язку називають «всіх до всіх». І в період кардинальних світових змін, вплив соціальних медіа на місцеву та державну економіку й культуру є надзвичайно вагомим, оскільки вони змушують усіх суб'єктів суспільства, організації громадянського суспільства, корегувати власну позицію.

Соціальні медіа можемо класифікувати на такі рівні [7, с. 64]:

1. Група чатів для спілкування. Сюди належить «Фейсбук» та інші. Цей вид один із перших запропонував персональний міні-сайт, який пізніше став відомий як профіль;

2. Соціальні медіа, які застосовуються для обміну контентом. Цей вид дає широкі можливості для обміну відео і фото. Сюди належить «Інстаграм» і «Ютуб»;

3. Соціальні мережі, які використовують для авторського запису. Це сервіси для блогінга, де користувачі створюють та публікують текстово-медійний контент. Сюди належить «Твіттер».

Серед інших – сервіси соціальних закладок, де користувач збирає в контент свою особисту бібліотеку, на яку можуть підписуватись інші учасники спілки, а також соціальні мережі за інтересами.

До соціальних медіа належать особисті блоги, мікроблоги, соціальні мережі, відеохостинги, фотосервіси, інтернет-форуми тощо. Першою умовою соціальних медіа є доступність автора до широкої аудиторії. А вже сама тематика мережевої комунікації визначається специфікою конкретного соціального медіа та його контентними ресурсами.

Наприклад, у популярних мережах «Твіттер», «Тікток» та «Інстаграм» реципієнти витрачають в середньому десять секунд на читання інформації. Блогери, як правило, не перевіряють факти своєї роботи, а радше нама-

гаються створити контент, який буде добре сприйматися їхньою аудиторією та привертати увагу. Усе це здійснюється з метою збільшення підписників, що в результаті створить попит для поширення реклами від замовників.

Сама ж система взаємодії створюється завдяки забезпеченню легкого доступу до виробників контенту, а також завдяки розвитку зв'язку з джерелом, де публікуються новини. Інформація з джерела подається безпосередньо на онлайн-платформах. Тому громадськість хоче мати право голосу щодо того, що вона вирішила прочитати і бажає висловити свою думку та надати власний контент. Через багатовекторність медіа платформ істотно змінився медіапростір самих журналістів та їхні етичні принципи. В соціальних медіа повинна регулярно змінюватися структура текстів, їх швидкість публікації, тип спілкування з аудиторією.

М. Рудик, аналізуючи багатофункціональність соціальних медіа стверджує, що головною їх функцією є інформаційна, адже інформація із соцмереж відіграє ключову роль і це змінює правила гри у всіх сферах життя. Головною їхньою метою є боротьба за увагу аудиторії, і безумовно, вплив на неї. До мереж також долучаються блогери, які пишуть про те, що не могло увійти у друкований варіант [6, с. 201]. Також до дописів у «Фейсбук», «Інстаграм» долучаються боти, які здійснюють агресивну чи недоречну комунікацію. Усі ці фактори впливають на формування суспільної думки – або об'єднують людей навколо певної проблеми, або провокують конфлікти.

Важливою функцією соціальних медіа є консолідація суспільства навколо важливих проблем чи то політичного, чи соціального життя. Залучення громадськості до просвітницької діяльності, участь в освітніх проєктах тощо. Наприклад, у «Фейсбук» є групи або окремих особи, що діляться зі своїми підписниками просвітницькою або науково-популярною інформацією.

Не менш важливою є психологічна функція соціальних медіа. На основі цієї функції здійснюється суспільна самоідентифікація, підтверджується правильність своїх переконань, утверджуються ідеї через схвалення однодумців. Учасники дбають про створення певного іміджу, для них важлива їхня репутація, яка базується на закладених цінностях. З цього випливає складова мережевого спілкування – самопрезентація. Саме через проговорення проблем реалізовується додаткова соціалізація (табл. 1).

Безумовно соціальні медіа можуть продукувати інформаційну політику того чи іншого

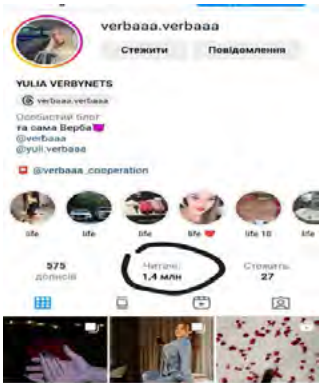
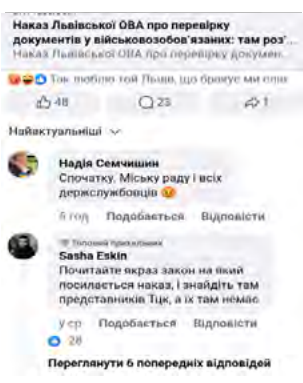
громадянського інституту. Це демократичний шлях розвитку соціальних мереж, що розвивають незалежні засоби масової інформації, обслуговують громадські інтереси та потреби, формують громадську думку. До їх обов'язків належать: захист політичних прав громадян; розвиток політичних партій та рухів; аналіз місцевого самоврядування; висвітлення інформації із незалежних медіа.

Морально-етичний фактор є провідним під час аналізу соціальних проблем у медіа та розуміння їх функціональності. Як наголошує В. Чорна, свобода слова та відсутність спільного мережевого кодексу й етикету, як це було на початку існування локальних мереж, призводить до зловживань цією демократичною цінністю. Вільний доступ до мережі Інтернет форму не тільки інформаційно-комунікаційний простір, а й спричиняє низку злочинів у сфері кібербезпеки: викрадення й розголошення персональних даних, хакерські атаки, вірусні програми, нецензурну лексику й залякування в соціальних мережах, спам-розсилки на електронну пошту, месенджери чи чат-сервіси, фейкові повідомлення (табл. 1) [8, с. 211].

Етичної регуляції, на нашу думку, вимагає «Інстаграм» та «Твіттер», які не працюють за принципами громадянської журналістики. Наприклад, як помітно в таблиці, «Інстаграм» орієнтується лише на комунікацію, що дає можливість спілкуватися один з одним у коментарях та в особистих діректах; креативність – тобто неординарно формувати контент; фінансову освіту – тобто створюється пропозиція для надання соціально значущих знань і власного чи чужого досвіду; консолідація/мобілізація через шлях об'єднання людей, які підтримують чи не підтримують певних блогерів і висловлюють це у вигляді коментарів та лайків; розваги – для психологічного відпочинку підписників. Оскільки доступ відкритий, то свої послуги рекомендують і представники ворожої країни. Таку ж тенденцію розвиває «Твіттер». Непопулярність платформи пояснюється наявністю конкуруючих платформ; великим вмістом інформації англійською мовою; обмеженням символів; спрямуванням користувачів на сервіси з візуальним контентом; наявністю альтернативних джерел вузькоспеціалізованої інформації, особливо від початку війни. Також останнім часом стрічки не рецензуються, інформація подається однобічно. Водночас більшість споживачів соціальних медіа отримують інформацію одночасно з різних інтернет-каналів. Внаслідок зростання кількості користувачів більшість засобів масової

Таблиця 1

**Систематизація функцій соціальних медіа в сучасних реаліях
на прикладі «Інстаграм» та «Фейсбук»**

Функція	Вплив на громадську думку	Приклад із соціальних мереж
Інформаційна	Робота із цільовою аудиторією, загальний соціальний фон, актуальність тематик та подій, джерело, повідомлення, платформа, зовнішній вплив. Спілкування українською та англійською мовами.	
Консолідаційна	Об'єднують людей навколо важливих проблем із метою їх вирішення: волонтерська діяльність, допомога хворим дітям, військовим, розголошення злочинної діяльності, пошук винуватців ДТП, осуд аморальних вчинків тощо. Україномовний контент.	
Психологічна	Громадські обговорення важливих політичних питань, організація протестних акцій, відстоювання прав скривджених. Україномовна та міжнародна комунікація.	

Джерело: розроблено авторами

інформації визначають соціальні мережі як ключовий канал комунікації з цільовою аудиторією і структурують навколо цього інструменту свою систему шляхів і способів поширення медіаконтенту.

Варто також наголосити, що в «Інстаграм» та «Твіттер» позитивно впливають на засвоєння англійської мови. Такими чинниками можна вважати: 1. Час, адже англійська філологія має свої організаційно-методичні та змістовні особливості, відповідно до яких повинен бути обраний момент «включення» до нього інформаційних технологій; 2. Техніка,

бо характеристики персональних комп'ютерів різні. Специфіка англійської мови визначає завдання, для вирішення яких використовується ПК. 3. Організація, адже при включенні інформаційних та інтернет-технологій в процес вивчення англійської мови постає питання налаштування програмного забезпечення і налагодження устаткування. Як правило, викладач не володіє навичками комплексного обслуговування комп'ютерного обладнання (та це й не входить в його обов'язки), обмежуючись розробкою освітніх програм і перероблюванням наявних освітніх засобів [9].

Завдяки виходу «Фейсбук», «Ютуб», «Телеграм» інших громадських медіа на рівень міжнародної комунікації почали якісно висвітлювати інформацію про інфраструктурні, військові, цивільні втрати. Щодня здійснюється комунікація з усім світом за допомогою суспільних медіа (див. рис. 1).

Глобалізаційні процеси пришвидшили процес вільного доступу до міжнародної інформації. Завдяки активному поширенню контенту в європейських містах збиралися багатотисячні мітинги на підтримку держави. Світ дізнався про те, що відбувається в Україні. Креативний англомовний контент допоміг розв'язати цю задачу.

Соціальні медіа також надають користувачам такі послуги: електронну пошту (найчастіше E-mail). Використовуючи цей ресурс, користувачі можуть контактувати й налагоджувати комунікацію з носіями мови, яку вивчають, і не тільки; телеконференції (Usenet). Маючи таке програмне забезпечення, школярі можуть контактувати з іноземцями в режимі on-line, чуючи голос співрозмовника, наприклад, за допомогою відеозв'язку; відеоконференції (найбільш поширені Zoom, GoogleMeet, Skype). Використовуючи такі програми, учні можуть не лише слухати та листуватися зі співрозмовником, але також бачити його жести, реакцію і манери.

У соціальних медіа є багато ресурсів для дистанційного навчання. Зокрема використовується Flipped Learning. Його можна розглядати як один із методів онлайн-навчання, який забезпечується за рахунок інформаційних технологій та допомагає викладачам переформатовати існуючі заняття у нову освітню структуру. Це свого роду відеоурок із тим самим змістом уроку, який був зазначений у навчальній програмі і дає змогу студентам підготуватися заздалегідь [3, с. 24]. Далі викладач перевіряє та аналізує рівень розуміння, знань студентів, отриманих протягом заняття, за допомо-

гою Zoom-конференцій, концентрується на більш складних завданнях. Також існують схожі системи, які можуть містити інструменти для керування та надання освітнього відеовмісту. Серед найбільш популярних в освітньому середовищі систем слід назвати Google Classroom, Acorn, Blackboard Learn і Moodle. Серед соціальних мереж популярний ресурс «Lang – 8». За його допомогою можна спілкуватися в текстовому форматі, вдосконалювати орфографічні і пунктуаційні вміння та покращувати рівень граматики. Принцип роботи «Lang – 8» полягає у написанні і публікації тексту мовою, яка вивчається. Носій мови, отримавши повідомлення, читає текст, перевіряє та вказує на зроблені помилки. Платформа надає можливість підбору оптимальних співрозмовників. Інший ресурс – «Interpals». Ця платформа забезпечує пошук односторонніх та спілкування іноземною мовою. Тут також можна вказати свої мовні пріоритети, вподобання і знайти співрозмовника та покращити рівень володіння іноземною мовою. Щодо «Ютуб», то ресурс використовується не лише як розважальна платформа, а є популярним віртуальним освітнім простором, де можна знайти якісний освітній контент для різновікових категорій осіб, що вивчають іноземну мову. За його допомогою можна закріпити й потренувати граматичні навички, поповнити словниковий запас, покращити вимову, розширити світогляд. Користувачам запропоновано цікавий та різноманітний контент: повноцінні курси з вивчення англійської мови. Найвідоміші канали – «Puzzle English», «Green Country English School», «EnglishLessons4U», «English Spot» тощо [7, с. 64].

«Фейсбук» доречно застосовувати не лише з метою обміну навчальними матеріалами, аудіо та відео файлами, презентаціями, а й задля створення власного контенту. Наприклад, креативними й ефективними є завдання створення профілю або сторінки видатних



Рис. 1. Приклад міжнародної комунікації у «Фейсбук» із хештегом «Стоп війна»

особистостей минулого (письменників, митців тощо), яку слід наповнити якісним іноземним контентом. У додатку «ТікТок» можна створити відеоматеріал, через який буде продемонстровано розуміння теми, що вивчається. Результати роботи можна обговорювати офлайн або коментуючи відео. є ефективними додатковими інструментами вивчення англійської мови, що розвиває навчальний процес та мотивує до вивчення іноземної мови.

Висновки. Стверджуємо, що взаємодія та реалізація функцій у соціальних медіа відбувається через розгляд та вирішення актуальних проблем, важливих питань, окреслення мотивів, інтересів та потреб цільової аудиторії. Соціальні медіа дають можливість оперативно дізнаватися про події та є дуже зручним способом залучення до своєї діяльності більше користувачів. Інтернет-ресурси дозволяють ефективно і креативно вирішувати навчальні завдання, застосовувати індивідуальний підхід до процесу вивчення англійської мови. За допомогою інтернету можна якісно вдосконалювати усне мовлення та письмо, підвищувати рівень володіння граматичним матеріалом, розширювати культурний світогляд, а також регулярно «занурюватися» в мовне середовище. Ресурси Інтернет, безсумнівно, можуть бути залученими на всіх етапах навчання іноземної мови. Особливо важливу роль глобальна мережа відіграє під час самостійної роботи учнів, дозволяючи займатися пошуковою і творчою діяльністю.

Перспективи подальших досліджень у цій сфері можуть бути зосереджені на аналізі мовних змін, що відбуваються в результаті взаємодії української та англійської мов у соціальних мережах, дослідженні рівня впливу різних платформ на формування мовної компетенції користувачів, а також розробці нових методик використання цифрових ресурсів для підвищення ефективності мовної освіти. Важливим аспектом є також дослідження впливу соціальних медіа на збереження мовної іден-

тичності та розвиток двомовності в умовах цифрової глобалізації.

Література:

1. Бориско Н. Ф. Теоретичні основи створення навчально-методичних комплексів для мовної міжкультурної підготовки вчителів іноземних мов (на матеріалі інтенсивного навчання німецької мови) : дис.... докт. педагог. наук: 13.00.02 / Київський державний лінгвістичний університет. Київ, 2000. 508 с.
2. Білоус О. Україна в умовах глобалізації. *Часопис картографії*. 2009. № 14. С. 60–63.
3. Кузнецова Т. Ф. Використання мультимедійних презентацій та відеоматеріалів на уроках у початкових класах. *Таврійський вісник освіти*. 2013. № 1. С. 176–181.
4. Каверіна А. С. Соціальні медіа в Україні: основні напрями досліджень. *Вісник національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. *Політологія. Соціологія. Право* : зб. наук. пр. Київ: ІВЦ «Політехніка». 2014. № 2 (22). С. 69–73.
5. Остапчук С. С., Закомолдіна А. Є. Роль соціальних мереж у сучасному медіапросторі. Матеріали Х конгресу «Авіація в ХХІ столітті» – «Безпека в авіації та космічні технології». Київ: Національний авіаційний університет, 2022. С. 148–150.
6. Рудик М. Вплив соціальних медіа на формування громадської думки. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2020. Вип. 48. С. 198–206.
7. Тишкова О. Соціальні мережі як виклик сучасності в освітньому середовищі. *Вісник Інституту розвитку дитини. Серія: Філософія, педагогіка, психологія*. 2014. Вип. 34. С. 63–72.
8. Чорна В. Д., Алексеєнко І. В. Інформаційні права людини в Україні: проблематика правового визначення. *Соціальна і цифрова трансформація: теоретичні та практичні проблеми правового регулювання* : матеріали Всеукр. наук-практ. конф. (м. Київ, 2 грудня 2021 р.). Київ-Одеса : Фенікс, 2021. С. 210–214.
9. Bergmann J., Sams A. Flipped learning: Gateway to student engagement. *International Society for Technology in Education*, 2014. 169 p.
10. Kawate S., Patil K. Analysis of foul language usage in social media text conversation. *International Journal of Social Media and Interactive Learning Environments*. 2017. № 5 (3). P. 227–251.