

## ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ

**ТЕЛЕТОВА Світлана**<sup>1,3</sup>, кандидат філологічних наук,  
ORCID <http://orcid.org/0000-0001-7928-6811>

**ТЕЛЕТОВ Олександр**<sup>2</sup>, доктор економічних наук,  
ORCID <http://orcid.org/0000-0001-9977-2294>.

1 Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка, м. Суми, Україна

2 Сумський національний аграрний університет м. Суми, Україна

3 Кореспондентний автор Телетова Світлана, e-mail: svetlanateletova@gmail.com,

Стаття надійшла до редакції 02.02.2026 р.  
Прийнято до друку 05.09.2026 р.  
Оприлюднено 09.10.2026 р.

**Цитування:** Телетова, С., Телетов, О. (2026). Особливості трансформації сучасної інтернет-комунікації. Образ, 2 (51), 31-44. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2026.2\(51\)-31-44](https://doi.org/10.21272/Obraz.2026.2(51)-31-44).

**Вступ.** У статті розглянуто особливості трансформації інтернет-комунікації як важливої складової інформаційного суспільства, з'ясовано зміни у способах організації, формах і засобах мережевої взаємодії, детерміновані розвитком цифрових технологій, комунікаційних платформ та посиленням ролі користувача в інформаційному середовищі.

**Актуальність і мета.** Актуальність дослідження зумовлена стрімкою цифровізацією комунікативного простору, унаслідок якої онлайн-комунікація зазнає постійних структурних, функціональних і соціокультурних змін. Метою статті є аналіз особливостей трансформації сучасної інтернет-комунікації, виявлення основних тенденцій і викликів, що супроводжують її розвиток у цифровому середовищі.

**Методологія.** Дослідження ґрунтується на поєднанні теоретичних та емпіричних методів. Застосовано методи узагальнення й систематизації для визначення основних напрямів трансформації цифрового спілкування; порівняльний метод для зіставлення традиційної та мережевої комунікації; спостереження для вивчення комунікативної поведінки користувачів; контент-аналіз публікацій і коментарів у локальних Telegram-каналах для виявлення сучасних мовних, соціокультурних та психологічних проявів трансформаційних процесів.

**Результати.** Дослідження засвідчило, що сучасна інтернет-комунікація характеризується зміною способів взаємодії, організації контенту та ролей учасників. На матеріалі локальних Telegram-каналів простежено посилення персоналізації й емоційності спілкування, активну взаємодію між користувачами, трансформацію мовних засобів та розмивання меж між приватною і публічною комунікацією. Водночас зазначено, що цифровізація комунікативного простору супроводжується новими викликами, пов'язаними з достовірністю інформації, маніпулятивним впливом, соціальною агресією тощо.

**Висновки.** Новизна дослідження полягає у виявленні основних напрямів трансформації сучасної інтернет-комунікації на матеріалі локальних Telegram-каналів. Встановлено зміни у способах подання інформації, мовному оформленні повідомлень та характері взаємодії користувачів.

**Ключові слова:** інтернет-комунікація, інформаційне суспільство, цифрове середовище, мережеве спілкування, соціальна взаємодія, інтерактивність, мультимедійність, гіпертекстуальність, трансформація мовних норм.



**Вступ.** Сучасний етап розвитку суспільства характеризується стрімкою цифровізацією всіх сфер життя, що зумовлює трансформацію традиційних форм спілкування. Інтернет-комунікація стала невід'ємною складовою повсякденної взаємодії людей, відкриваючи нові можливості для обміну інформацією, соціальної інтеграції та самовираження. Віртуальний простір не лише розширює межі комунікативного процесу, а й змінює його структуру та зміст, «надає можливість створювати нові креативні форми будь-яких комунікацій» [11, с. 33]. Отже, дослідження особливостей трансформації сучасної інтернет-комунікації є актуальним напрямом наукового аналізу, адже дозволяє глибше зрозуміти процеси, що визначають розвиток інформаційного суспільства.

Проблематика цифрових комунікацій перебуває в центрі уваги багатьох зарубіжних та вітчизняних науковців. Теоретичний фундамент дослідження медіапростору заклали Г. М. Маклюєн та М. Кастельс, які ввели поняття електронного, інформаційного суспільства, «в якому провідну роль відіграють електронні, аудіовізуальні засоби масової комунікації» [14, с. 9]. Питання трансформації мовних норм у мережі вивчали Н. Барон, С. Геррінг, Д. Крістал, Г. Маккалох, соціально-психологічні аспекти взаємодії у віртуальному просторі розглядали Дж. Вальтер, Дж. Сулер, Ш. Теркл та ін. Українські вчені досліджують Інтернет як автономну сферу віртуальної взаємодії, фокусуючись на аналізі різних видів соціальних комунікацій в Інтернеті, розробці принципів жанрової диференціації мережевого спілкування, характеристики лінгвокультурних трансформацій, що виникають у процесі цифровізації, тощо. Ці та інші проблеми висвітлено в доробках таких науковців, як Н. Білан, О. Горошко, І. Дьяконова, С. Зайцева, І. Карпа, Н. Коломієць, О. Луценко, С. Матвєєва, С. Чемеркін, Ю. Шипіцина, М. Яцимірська та ін. Попри значну кількість напрацювань, дослідження феномену інтернет-комунікації залишається актуальним, адже цифрове середовище постійно розвивається, породжуючи нові форми взаємодії, комунікативні стратегії та мовні практики, що потребують системного наукового осмислення.

*Новизна* дослідження полягає у виявленні сучасних трансформацій інтернет-комунікації на матеріалі локальних Telegram-каналів. Встановлено зміни у способах подання інформації, мовному оформленні повідомлень та характері взаємодії користувачів.

*Мета* статті – проаналізувати особливості трансформації сучасної інтернет-комунікації, виявити основні тенденції та виклики, що супроводжують її розвиток у цифровому середовищі. Для досягнення мети було вирішено такі *завдання*: окреслити основні напрями трансформації сучасної інтернет-комунікації; з'ясувати вплив цифрових технологій на механізми комунікативної взаємодії; проаналізувати зміни у мовних засобах та форматах мережевого спілкування; на матеріалі локальних Telegram-каналів визначити особливості реалізації сучасних моделей інтернет-комунікації та узагальнити основні тенденції її розвитку.

**Методи дослідження.** Дослідження базується на поєднанні теоретичних та емпіричних методів. На теоретичному етапі дослідження застосовано методи узагальнення та систематизації для опрацювання наукових підходів до розуміння сучасної інтернет-комунікації та визначення основних напрямів її трансформації, а також порівняльний метод для зіставлення традиційної та мережевої комунікації з метою простеження змін у способах, формах і характері комунікативної взаємодії. Емпіричну частину сформовано на матеріалі 100 дописів із двох локальних Telegram-каналів – SUMYLIKE TG та СУМИ/SUMY GO (по 50 публікацій із кожного ресурсу). Для аналізу відібрано дописи, опубліковані протягом січня–лютого 2026 року, які репрезентують різні типи сучасної мережевої взаємодії. Вибір каналів зумовлений їхньою орієнтацією на локальну аудиторію Сумщини, значним обсягом публікацій і поєднанням інформаційної, комунікативної та інших функцій.

Контент-аналіз здійснювався за попередньо визначеними категоріями: тип контенту, обсяг повідомлення, мультимодальність, джерело інформації, мовні особливості, емоційна маркованість, форми інтерактивності, персоналізація та способи залучен-

ня аудиторії. Окремо фіксувалася наявність текстових, візуальних, аудіо- і відеоконтентів, користувацького контенту, реакцій, закликів до взаємодії та інших засобів залучення. Кожен допис аналізувався за визначеними категоріями, після чого здійснювалося кількісне узагальнення результатів та їхнє порівняння між двома каналами. Спостереження використано для виявлення характерних проявів комунікативної поведінки користувачів, а описовий метод – для інтерпретації з'ясованих мовних, соціокультурних і комунікативних особливостей.

**Результати й обговорення.** Сучасне суспільство дедалі частіше визначається як інформаційне, оскільки саме виробництво, обробка та поширення інформації стають провідними чинниками його розвитку. Такий характер суспільних трансформацій закономірно пов'язаний з активним впровадженням цифрових технологій, що забезпечують ефективне функціонування інформаційних процесів. В інформаційному суспільстві саме цифрові інструменти зумовлюють зміни у структурі соціальної взаємодії, формуючи нові механізми комунікації. «Світ переходить від повільного, переважно одностороннього обміну через традиційні масмедіа до миттєвого, гіперінтерактивного та візуально насиченого спілкування в цифрових мережах» [13, с. 164].

Однією з основних ознак переходу до інформаційної стадії розвитку цивілізації стало поширення Інтернету, який справедливо характеризують як найпрогресивніший засіб соціальних комунікацій. Сьогодні Всесвітнє павутиння перестало бути просто сховищем інформації, перетворившись на багатовимірний комунікативний простір, де відбувається активна взаємодія мільйонів людей, масштаби якої невпинно розширюються. Глобальна цифровізація демонструє стрімку динаміку: за даними звіту Digital 2025 Global Overview Report, загальна кількість користувачів Інтернету у світі сягнула 5,56 млрд осіб, що становить 67,9 %, в Україні цей показник є ще вищим – 82,4 %, що свідчить про глибоку інтеграцію суспільства в мережеві структури [1]. Приріст аудиторії за останній рік (на 136 млн (2,5 %) у світі та на 690 тис. (2,2 %) в Україні) підкреслює безальтернативність інтернет-комунікації як провідної форми соціальної інтеракції. «Інтернет є не просто новим каналом, а принципово іншим засобом спілкування, який змінює стратегії та цілі соціальної комунікації» [10, с. 171]. Він не лише трансформує традиційні комунікативні практики, а й визначає нову парадигму суспільного розвитку, у якій цифрова взаємодія стає базовим механізмом соціальної організації.

Поняття інтернет-комунікації, попри те, що воно широко використовується в сучасних медіадослідженнях, не має єдиної інтерпретації та точної дефініції. Його трактування варіюється залежно від обраного дослідницького фокусу та пріоритетних аспектів аналізу. У сучасних наукових підходах *інтернет-комунікація* зазвичай розглядається як форма соціальної взаємодії, опосередкована цифровими технологіями, яка функціонує в умовах віртуального простору та відрізняється високим рівнем інтерактивності. Так, К. Огороднік під віртуальним спілкуванням розуміє «такий спосіб комунікації, при якому контакт між людьми опосередкований комп'ютером, включеним в мережу (все одно, локальна вона чи глобальна), а всі взаємодії здійснюються в просторі віртуальної реальності» [9].

С. Зайцева визначає «віртуальну комунікацію як комунікативну взаємодію суб'єктів, здійснювану за допомогою комп'ютера, завдяки якому створюється особлива модель реальності, яка характеризується ефектом присутності людини в ній та дозволяє діяти з уявними й реальними об'єктами» [6, с. 48]. О. Землякова вважає інтернет-комунікацію різновидом комп'ютерної комунікації та трактує її як вербальну й невербальну взаємодію комунікантів, що здійснюється в Інтернеті [7, с. 6].

На відміну від традиційної комунікації, інтернет-взаємодія не обмежена просторовими й часовими межами, може відбуватися синхронно або асинхронно та передбачає багатовекторну взаємодію, у якій кожен учасник може бути як адресантом, так і адресатом. Водночас вона поєднує ознаки усного й писемного мовлення, формуючи нові гібридні форми комунікації [18].

Зазначені відмінності дають змогу окреслити специфіку інтернет-комунікації порівняно з традиційними формами спілкування (табл. 1).

*Таблиця 1. Відмінності інтернет-комунікації від традиційних форм спілкування*

| № з/п | Характеристики                       | Традиційне спілкування                                                                                     | Інтернет-комунікація                                                                                                                                                           |
|-------|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | Канал передачі інформації            | Включає особисте спілкування (вербальне та невербальне), телефонні дзвінки, листування на папері, зустрічі | Використовує цифрові платформи (соціальні мережі, месенджери, електронна пошта, форуми тощо)                                                                                   |
| 2     | Часова та просторова дистанція       | Часто вимагає фізичної присутності або обмежене часовими рамками (наприклад, телефонний дзвінок)           | Можлива миттєва передача повідомлень незалежно від географічного розташування. Спілкування може бути синхронним (чат, відеодзвінки) або асинхронним (електронна пошта, форуми) |
| 3     | Невербальні сигнали                  | Багатство невербальних сигналів, що допомагають краще розуміти емоції та наміри співрозмовника             | Обмежена або відсутня передача невербальних сигналів (жести, міміка, інтонація). Часто компенсується емодзі, стікерами, GIF-анімаціями                                         |
| 4     | Анонімність та ідентичність          | Зазвичай ідентичність реальна й відома, що формує більш відповідальну поведінку                            | Можливість анонімності або створення альтернативної ідентичності (нікнейми, аватари). Це може впливати на поведінку користувачів (більша відкритість або, навпаки, агресія)    |
| 5     | Обсяг і швидкість інформації         | Обмежений обсяг інформації, повільніший темп, зазвичай спілкування сам на сам або в невеликих групах       | Великий обсяг інформації, швидкий обмін, можливість одночасного спілкування з багатьма людьми                                                                                  |
| 6     | Технічні обмеження та доступність    | Менш залежне від техніки, але може бути обмежене фізичною відстанню                                        | Залежить від наявності технічних засобів (комп'ютер, смартфон, інтернет-з'єднання). Може бути недоступною в деяких регіонах або через технічні проблеми                        |
| 7     | Емоційний аспект і глибина взаємодії | Глибше емоційне сприйняття, краще розуміння контексту й настрою співрозмовника                             | Часто менш емоційно насичена через відсутність живого контакту, що може призводити до поверхневого спілкування                                                                 |
| 8     | Соціальні наслідки                   | Формує більш міцні соціальні зв'язки, але обмежене в масштабах і швидкості                                 | Може сприяти глобалізації, розширенню соціальних мереж, але також викликати ізоляцію, кібербулінг, інформаційне перевантаження                                                 |

У сучасному цифровому середовищі усталені характеристики інтернет-комунікації набувають нових функціональних форм, що змінюють сам характер комунікативної взаємодії. Насамперед **інтерактивність** сучасної інтернет-комунікації характеризується посиленням активності користувачів: вони не лише реагують на опублікований

контент, а й доповнюють, коригують, переосмислюють його та вступають у взаємодію між собою. Це перетворює коментарі з інструменту зворотного зв'язку на середовище горизонтальної комунікації. **Мультиmodalність і візуалізація** зумовлюють синтез тексту, зображень, відео, аудіо, емодзі та графічних засобів в одному комунікативному просторі, завдяки чому повідомлення стає не лише інформаційним, а й емоційно маркованим. **Гіпертекстуальність** набуває мережевого характеру, що змінює способи сприйняття контенту: якщо раніше її основою була передусім система посилань, яка забезпечувала нелінійне читання [12, с. 211], то сучасні цифрові платформи поєднують посилання з репостами, цитуванням, хештегами, вбудованими медіа, що забезпечує постійне переміщення між повідомленнями й джерелами та формування індивідуальних траєкторій взаємодії з інформацією. **Глобальність** інтернет-комунікації також зазнає змін. У межах одного цифрового простору одночасно представлені місцеві новини, національний інформаційний порядок денний і міжнародні події, що зумовлює взаємопроникнення локального та глобального комунікативних контекстів. Нарешті, **анонімність** набуває нових форм унаслідок розвитку практик цифрової самопрезентації. Псевдоніми, аватари, різні облікові записи та вибіркове розкриття інформації про себе дають користувачеві змогу по-різному конструювати власний цифровий образ залежно від платформи, аудиторії та комунікативної ситуації.

Окремого розгляду потребує трансформація мовних засобів інтернет-комунікації. Письмове повідомлення дедалі частіше набуває ознак усного мовлення: використовуються розмовні форми, скорочення, повтори, експресивна пунктуація, фонетичне відтворення живої розмови, сленг та іншомовні лексеми. Однією з характерних рис мережевого спілкування стало формування специфічної візуальної мови, у якій поряд із традиційними вербальними засобами застосовуються цифри, розділові знаки, клавіатурні символи, графічні скорочення, емодзі та інші елементи цифрового письма [17, с. 40]. Вони виконують не лише технічну, а й комунікативно-прагматичну функцію: передають емоції, акцентують окремі фрагменти повідомлення, виражають оцінку, іронію чи ставлення автора. Під впливом цифрового середовища змінюється й саме співвідношення вербальних і невербальних засобів комунікації. Графічне оформлення посту стає додатковим засобом конструювання його змісту та емоційного забарвлення. Отже, цифрове письмо поєднує вербальні, графічні та параграфемні засоби, формуючи специфічну модель мовної взаємодії, у якій форма повідомлення є складовою його змістової та емоційної інтерпретації.

Трансформація мовних засобів є лише зовнішнім проявом значно глибших процесів. Зміни в способах висловлення думок неминуче призводять до переформатування культурного та соціального ландшафту мережевої взаємодії. На культурному рівні інтернет-взаємодія провокує перехід від лінійного, текстоцентричного сприйняття до **кліпової культури**. Основним носієм культурних кодів стає *мем* – одиниця інформації, що поєднує в собі візуальний образ, текст та іронічний підтекст. Меми перетворюються на сучасний цифровий фольклор, який здатен миттєво реагувати на резонансні події. Швидка емоційна реакція та візуальна влучність цінуються вище за класичну текстову глибину. Це призводить до спрощення суспільного дискурсу.

Зазначені трансформації формуються під впливом комплексу взаємопов'язаних чинників. Для глибшого розуміння механізмів цих змін доцільно розглянути інтернет-комунікацію крізь призму технологічного, соціального, культурного та психологічного вимірів, взаємодія яких визначає сучасні моделі цифрової комунікації.

*Технологічна* інфраструктура мережі (архітектура платформ, месенджерів тощо) виступає первинним тригером змін: вона задає такі параметри, як інтерактивність, мультимедійність, гіпертекстуальність та швидкість обміну даними.

Технічна детермінованість впливає на психологічний вимір взаємодії. Опосередкованість спілкування, анонімність та просторова дистанційність модифікують механізми сприйняття, спричиняючи формування гнучкої «цифрової ідентичності». Це, з

одного боку, знімає комунікативні бар'єри та стимулює самовираження, а з іншого – може провокувати сплески агресивної поведінки.

Психофізіологічні та технічні зрушення безпосередньо екстраполюються на *культурний шар комунікації*. Оскільки текстовий формат у прискореному цифровому темпі не здатний повноцінно передавати емоційний контекст, виникає компенсаторний «візуальний синтаксис» – реорганізація мовних норм через використання мемів, емо-дзі, піктограм та цифрового сленгу. Мова мережі адаптується до вимог швидкості, що призводить до виникнення нових гібридних жанрів та стилів віртуального дискурсу.

У підсумку зазначені чинники конвергуються в *соціальному* вимірі, де відбувається реструктуризація самих моделей суспільної взаємодії. Традиційні ієрархічні зв'язки поступаються місцем мережевим, формуються нові типи спільнот, механізми групової соціалізації переносяться у віртуальний простір.

Таким чином, інтернет-комунікація постає як складний феномен, у якому технологічні можливості цифрового середовища визначають умови комунікативної взаємодії, впливають на психологічні особливості поведінки користувачів, сприяють трансформації мовних і культурних практик та зумовлюють зміни у формах соціальної взаємодії.

Розгляд усталених характеристик інтернет-комунікації в їх сучасних проявах та аналіз технологічного, соціального, культурного й психологічного вимірів дають змогу перейти від фіксації окремих змін до визначення загальних тенденцій розвитку цифрового спілкування. Їх виокремлення важливе для розуміння не лише сучасного стану інтернет-комунікації, а й напрямів її подальшої трансформації.

Однією з провідних тенденцій є **посилення мультимедійності та візуалізації контенту**. Текст дедалі частіше поєднується з відео, аудіо, графікою, анімацією, фотографіями та іншими візуальними елементами, що підвищує емоційну насиченість і динамічність повідомлень. Комунікація стає більш експресивною, інтерактивною та орієнтованою на швидке сприйняття. Розвиваються нові формати (сторис, треди, подкасти), а традиційні жанрові межі стають менш чіткими.

Паралельно відбувається **трансформація мовних практик**. Посилюється розмовність цифрового спілкування, поширюються сленгові одиниці, іншомовні запозичення, скорочення та різні форми мовного перемикавання. Унаслідок цього мова інтернет-комунікації стає більш динамічною, експресивною та адаптивною до комунікативної ситуації.

Важливою тенденцією є **активізація користувачької участі та персоналізації комунікації**. Користувач дедалі частіше виступає не лише споживачем, а й автором, коментатором, інтерпретатором та поширювачем інформації. Цифрові платформи активніше адаптують інформаційний контент до інтересів і поведінкових моделей окремого користувача, посилюючи персоналізований характер інформаційного споживання.

Спостерігається **зростання мобільності й постійної онлайн-присутності** користувачів. Завдяки смартфонам і бездротовому доступу до мережі цифрова взаємодія інтегрується в повсякденне життя, стираючи межі між приватним і публічним простором, забезпечуючи майже безперервний обмін інформацією. Це підвищує оперативність реагування та формує культуру миттєвої комунікативної відповіді. Водночас стираються межі між робочим, соціальним і приватним спілкуванням, а доступність користувача в мережі все частіше сприймається як постійний стан.

Поряд із технологізацією простежується **запит на автентичність та емоційну безпосередність** цифрового спілкування. Надмірна стандартизація та комерціалізація цифрового контенту сприяють зростанню інтересу до персоналізованих, неформальних і ситуативних форм комунікації. Особистий досвід, емоційна реакція, буденні історії та неформальна самопрезентація стають важливими складовими цифрової взаємодії. Комунікація дедалі частіше орієнтується не лише на передачу інформації, а й на створення відчуття особистої присутності та соціальної близькості.

Посилюється **орієнтація на приватність, конфіденційність і цифрову безпеку**. Зростання обсягів персональних даних у мережі, ризики несанкціонованого доступу, цифрового стеження та використання інформації третіми сторонами стимулюють користувачів приділяти більше уваги захисту власної цифрової присутності. Поширюються закриті спільноти, приватні канали та інструменти контролю доступу до інформації. Отже, поряд із прагненням до відкритості формується протилежний вектор – бажання контролювати межі власної цифрової видимості.

Суттєвим чинником розвитку є **інтеграція штучного інтелекту (ШІ)**, який стає не просто допоміжним інструментом, а повноцінним посередником у взаємодії. Технології ШІ дозволяють автоматизувати перевірку даних, персоналізувати контент та долати мовні бар'єри в реальному часі, що значно підвищує ефективність обміну інформацією. ШІ також впливає на модерацію, генерацію текстів і зображень. Це трансформує традиційні уявлення про авторство, достовірність і комунікативну присутність у мережі.

Отже, основні тенденції розвитку сучасної інтернет-комунікації відображають динамічні зрушення в технологічному, соціальному та культурному середовищі. Їх сукупний вплив змінює не лише способи передавання інформації, а й характер соціальної взаємодії, мовну поведінку, способи самопрезентації та механізми формування інформаційного середовища.

Зазначені тенденції вже знаходять конкретний вияв у повсякденних практиках цифрової взаємодії. Одним із найбільш показових середовищ для дослідження таких трансформацій є Telegram, функціональні можливості якого поєднують швидкість поширення повідомлень, мультимедійність, інтерактивність, персоналізацію та залучення користувачів до інформаційного обміну. «Телеграм як сервіс обміну миттєвими повідомленнями надає найкращі можливості для поширення новин, тому серед усіх публічних каналів наразі домінують новинні ресурси» [15, с. 89]. Згідно з опитуванням від «Львівського медіафоруму» та соціологічної групи «Рейтинг», яке проводилося в Україні у 2024 році, 40% респондентів читають Telegram-канали постійно, ще 12% – 4–5 разів на тиждень, ще 10% – 2–3 рази на тиждень. Telegram є найпопулярнішим серед молоді 18–29 років, мешканців великих міст, а також людей із вищою освітою та високим рівнем достатку [16].

Останнім часом особливого значення набувають локальні Telegram-канали, комунікативна діяльність яких зосереджена на висвітленні подій певного регіону та безпосередньо орієнтована на потреби місцевої аудиторії. Їхнє «головне завдання – доносити до споживачів оперативну новинну інформацію регіонального охоплення» [5, с. 36]. Специфіка таких ресурсів полягає у високій оперативності повідомлень, емоційній насиченості та ситуативності контенту, різноманітності способів залучення підписників. Локальні Telegram-канали поєднують інформування про місцеві події з обговоренням ширшого суспільно-політичного порядку денного, що сприяє формуванню особливого комунікативного простору для локальної спільноти.

З огляду на це для емпіричного дослідження особливостей трансформації сучасної інтернет-комунікації обрано регіональні Telegram-канали SUMYLIKE TG та СУМИ / SUMY GO, орієнтовані на інформаційні потреби мешканців Сум та Сумщини. Їхній матеріал є показовим для вивчення сучасної мережевої взаємодії, оскільки дає змогу простежити, як загальні характеристики інтернет-комунікації реалізуються в конкретному локальному інформаційному середовищі, яким чином змінюються способи подання інформації, структура повідомлень, мовні засоби, форми взаємодії з аудиторією та роль користувача у створенні й поширенні контенту.

Обидва ресурси мають значну аудиторію та використовують Telegram не лише як канал поширення інформації, а і як середовище оперативної взаємодії з користувачами. Станом на сьогодні SUMYLIKE TG має понад 150 тис. підписників, тоді як СУМИ / SUMY GO – близько 190 тис., що засвідчує значний масштаб локальної цифрової комунікації.

Дані комунікаційні платформи переконливо демонструють трансформацію ролі користувача з пасивного отримувача інформації на активного учасника її формування. Особливо виразно це простежується в SUMYLIKE TG: канал прямо пропонує аудиторії надсилати новини, а в окремих публікаціях адміністратори звертаються до неї з проханням надавати максимально повну інформацію. Отже, повідомлення можуть надходити безпосередньо від користувачів, після чого стають частиною загального інформаційного потоку. Це свідчить про перехід від моделі «автор – аудиторія» до мережевої моделі співучасті «автор – аудиторія – аудиторія», у якій межа між виробником і споживачем контенту стає менш чіткою.

Характерною рисою є також висока оперативність та ситуативність комунікації. У SUMYLIKE TG можна побачити послідовність коротких постів, що оперативно інформують про зміну ситуації: повідомлення про повітряну загрозу, уточнення її характеру, про відбій тривоги тощо. Така структура демонструє фрагментацію інформаційного повідомлення: замість одного завершеного тексту формується серія коротких комунікативних актів, які разом створюють динамічну картину події. У цьому контексті особливо важливою стає часова трансформація інтернет-комунікації. Інформація не просто передається швидше – вона постійно доповнюється, уточнюється та коригується відповідно до розвитку події. Отже, цифровий канал функціонує не лише як засіб повідомлення про факт, а і як інструмент безперервного оновлення комунікативної ситуації.

Обидва Telegram-канали активно використовують різні формати контенту. У відкритій статистиці SUMYLIKE TG зафіксовано понад 37 тис. фотографій, 15 тис. відео, майже 3 тис. голосових повідомлень, а також більше 50 тис. посилань; у СУМИ / SUMY GO також наявні більше 66 тис. фото, близько 19 тис. відеоматеріалів і 94 тис. посилань. Це дає підстави говорити про перехід від переважно текстоцентричної до мультимедіальної моделі локальної комунікації. Текст тут часто має функцію короткого повідомлення або пояснення, тоді як фотографія, відео, емодзі та інші візуальні компоненти доповнюють його, конкретизують подію та посилюють емоційний ефект. Особливо показовим є використання емодзі. Наприклад, у публікаціях обох каналів поряд із текстом регулярно з'являються емодзі, що дозволяє користувачам швидко виражати підтримку, занепокоєння, обурення, сум або інші емоційні стани. У такому разі емодзі виконують не декоративну, а комунікативно-прагматичну функцію: сигналізують про емоційне ставлення аудиторії, створюють відчуття спільної реакції та компенсують частину невербальних засобів, відсутніх у текстовому спілкуванні.

Ще одна важлива тенденція пов'язана з кількісною та публічною фіксацією реакції аудиторії. На відміну від коментарів, які потребують розгорнутого висловлення, стандартизовані реакції дають змогу користувачам швидко позначити своє ставлення до публікації, а їхня кількість стає видимим показником активності аудиторії. Так, окремі повідомлення SUMYLIKE TG отримують сотні реакцій, характер яких може суттєво відрізнятися залежно від змісту публікації. Таким чином, інтерактивність тут реалізується не лише через текстову відповідь, а й через швидкі реакції, які одночасно виконують функцію зворотного зв'язку та своєрідного індикатора колективного емоційного сприйняття контенту.

Обидва канали демонструють також характерні зміни сучасного цифрового мовлення. Комунікація тяжіє до лаконічності, фрагментарності, ситуативності та високої експресивності. Особливо це помітно в SUMYLIKE TG, де оперативні повідомлення можуть складатися з кількох слів: «Будьте уважні та обережні!», «Реактивний у бік міста!», «Швидко в укриття», «Не фіксується...», «Можна поки що видихнути». Тут важливим є не лише скорочення тексту, а зміна принципу його побудови. Значна частина контексту є зрозумілою постійній аудиторії каналу й тому не потребує розгорнутого пояснення. Виникає своєрідна контекстно залежна цифрова комунікація, де коротке повідомлення може містити значний обсяг інформації завдяки спільному досвіду та

ситуаційній обізнаності адресантів і адресатів.

У каналах активно функціонують розмовні слова, скорочення, емоційно марковані конструкції, жаргонізми й експресивна лексика. Це свідчить про зближення медійного та повсякденного дискурсів: інформаційний канал одночасно виконує функцію новинного ресурсу та простору неформального спілкування.

Між каналами можна побачити й певну функціональну диференціацію. SUMYLIKE TG позиціонує себе передусім як канал попереджень про загрози. Його комунікативна модель характеризується високою оперативністю, короткими повідомленнями, значною кількістю ситуативного контенту та виразною емоційною реакцією аудиторії. СУМИ / SUMY GO має ширшу локальну інформаційну спрямованість. Сам канал визначає себе як офіційний канал проєкту SUMY GO та пов'язаний із додатковими ресурсами, присвяченими заходам у Сумах, роботі, зворотному зв'язку та звітам про збори. У його публікаціях також присутня оперативна інформація про безпекову ситуацію, але вона поєднується з іншими видами локального контенту. Отже, SUMYLIKE TG більше репрезентує модель оперативної кризової комунікації, тоді як SUMY GO – модель комплексної локальної цифрової комунікації. Водночас обидва канали демонструють спільні тенденції: активізацію користувацького контенту, швидкість поширення інформації, посилення мультимодальності, інтерактивності, емоційності та фрагментарності повідомлень.

Зазначені характеристики набувають нового змісту в реальних практиках цифрової взаємодії, де користувачі не лише сприймають інформацію, а й активно її інтерпретують, оцінюють та доповнюють, впливаючи на подальший перебіг комунікації. Тому наступним етапом дослідження став емпіричний аналіз коментарів користувачів регіональних Telegram-каналів СУМИ / SUMY GO й SUMYLIKE TG, що дозволив виявити конкретні форми трансформації мережевої взаємодії, мовних практик, емоційного реагування та ролі аудиторії у створенні комунікативного контенту.

Кількісний аналіз коментарів до публікацій Telegram-каналу СУМИ / SUMY GO засвідчив переважання оцінно-емоційної моделі спілкування. Більшість коментарів не додає нових фактів до повідомлення, а виражає ставлення до описаної ситуації. Це реалізується через оцінну лексику, вигуки, повторення, риторичні запитання, експресивні номінації, графічні виділення, емодзі та інші засоби, які посилюють безпосередність цифрової взаємодії. Комунікативна поведінка користувачів характеризується високою емоційністю, оцінністю, розмовністю та конфліктністю. Оціночні судження зафіксовано у 86% коментарів, негативну оцінку або критичну реакцію – у 78%, а емоційно марковані висловлювання – у 80% повідомлень. Іронія та сарказм представлені в 32% реплік, розмовна й експресивна лексика – у 44%, а конфліктна комунікація – у 34%. У коментарях до публікацій SUMYLIKE TG також домінують оціночність (85%), емоційність (70%) та негативна оцінка (69%). Іронію та сарказм містять 20% коментарів, частка розмовної й експресивної лексики становить понад 60%, конфліктної комунікації – 35%. Такі показники демонструють тенденцію до поляризації дискусії, конфліктність і полемичність взаємодії, високу емоційну насиченість комунікації.

Понад третину коментарів (37%) Telegram-каналу СУМИ / SUMY GO становлять репліки, адресовані безпосередньо іншим користувачам. У коментарях SUMYLIKE TG така форма взаємодії виявилася значно поширенішою: її частка становить більше половини (55%). Отримані результати дають підстави говорити про формування горизонтальної взаємодії всередині аудиторії та перехід від моделі «канал – аудиторія» до розгалуженого полілогу. Користувачі не лише висловлюють позицію, а й оспорюють інтерпретації інших учасників: ставлять запитання, заперечують, іронізують, уточнюють, розгортають власні пояснення.

Цифрове спілкування набуває більш персоналізованого характеру: дописувачі активно використовують прямі звернення, імена та нікнейми, висловлюють особисті оцінки й емоції, адаптуючи комунікацію до конкретних співрозмовників. 26% реплік

характеризуються персоналізацією оцінки, коли предметом обговорення стає не лише зміст повідомлення, а й особистість його автора або іншого учасника дискусії. Коментатори часто оцінюють не саму подію, а конкретних людей, їхню поведінку, зовнішність, національність чи моральні якості, що показує перехід від предметно-інформаційної до персоналізованої та афективної комунікації. Публічний інформаційний простір трансформується в середовище міжособистісної комунікації, що свідчить про розмивання меж між приватним і публічним.

Аналіз досліджуваного матеріалу дає змогу не лише простежити сучасні трансформації комунікативної взаємодії, а й виявити суперечності та ризики, породжені ними. Найгострішими серед них є такі.

**1. Криза верифікації інформації.** Швидкість і масштаб поширення контенту створюють сприятливі умови для фейкових новин, маніпуляцій та інформаційних кампаній, що впливають на громадську думку [4, с. 149]. За таких умов проблема достовірності інформації безпосередньо пов'язана з рівнем медіаграмотності користувачів. Згідно з наведеними в [16] даними, майже 40% респондентів ніколи не перевіряють достовірність отриманої інформації, тоді як лише 18% роблять це регулярно. Такі показники свідчать про низький рівень сформованості навичок верифікації інформації та домінування пасивної моделі споживання контенту, що підвищує ризик некритичного сприйняття й ретрансляції недостовірних повідомлень.

**2. Деформація етичних норм та соціальна агресія.** Анонімність або фізична дистанція в мережі часто знімають моральні бар'єри, що призводить до поширення кібербулінгу, хейту та агресивної поведінки, від якої складно захиститися в правовому полі.

**3. Когнітивне перевантаження та «цифрова втома».** Великий обсяг інформації ускладнює її критичне осмислення, глибокий аналіз, знижує концентрацію уваги, сприяє фрагментарності сприйняття, кліповому споживанню контенту, що зрештою погіршує якість комунікативної взаємодії.

**4. Зниження рівня мовної культури в цифровому просторі.** Прагнення до швидкості та невимушеності призводить до спрощення мовних конструкцій, нехтування правилами граматики та надмірного використання сленгу, англіцизмів чи аббревіатур. Комунікація стає функціональною, але втрачає свою глибину та емоційну точність. Більше того, домінування візуального контенту (мемів, емоджі, коротких відео) поступово витісняє текстову культуру, що веде до примітивізації дискурсу. Це не просто лінгвістична проблема, а загроза для когнітивного розвитку: спрощення мови неминує веде до спрощення мислення, обмежуючи здатність людини формулювати складні ідеї та критично їх осмислювати. Таким чином, дотримання мовних норм у мережі стає питанням не лише етикету, а й забезпечення високого рівня комунікативної культури суспільства.

**5. Соціально-психологічні ризики.** Постійна залученість до онлайн-взаємодії може спричиняти залежність від соціальних мереж, цифрову самоту, підвищення тривожності та зниження якості міжособистісних офлайн-контактів. «Захоплення спілкуванням у мережі призводить до втрати реальної комунікації, інформаційного перевантаження та збільшення соціальних взаємодій у кіберпросторі, залежності від гаджетів, небезпекою втрати недоторканості приватного життя та особистих даних, зниження потреби в офлайн-спілкуванні та міжособистісній взаємодії» [8, с. 148]. Окрім того, інтернет-комунікація створює нові механізми соціального визнання (лайки, коментарі), що можуть впливати на самооцінку та емоційний стан особистості.

**6. Поляризація та «інформаційні бульбашки».** Алгоритмічні механізми відбору контенту формують замкнені комунікативні спільноти, у яких користувачі отримують переважно інформацію, що підтверджує їхні власні думки. «У замкнене середовище, де погляди користувачів тільки укріплюються, альтернативні думки практично не проникають. Цей механізм пов'язаний із природньою для людини потребою шукати та інтерпретувати інформацію так, щоб вона підтверджувала їхні переконання, й уникати ін-

формації, яка їм суперечить» [3, с. 8]. Подібний процес веде до радикалізації груп: мова всередині «бульбашки» стає дедалі агресивнішою щодо тих, хто знаходиться зовні.

**7. Правові проблеми.** В умовах глобальної мережевої взаємодії особливої актуальності набувають питання приватності, захисту персональних даних, авторського права й цифрової безпеки [2, с. 204].

Отже, інтернет-комунікація є не лише потужним інструментом соціальної взаємодії, а й складним соціокультурним феноменом, що потребує осмислення потенційних ризиків та вироблення виважених моделей цифрової поведінки.

**Висновки та перспективи.** Проведене дослідження дає підстави стверджувати, що сучасна інтернет-комунікація перебуває в стані постійної трансформації, зумовленої розвитком цифрових технологій, комунікативних платформ та активізацією користувачької взаємодії. Віртуальне спілкування поступово відходить від переважно текстоцентричної моделі й набуває мультимодального, персоналізованого та мережевого характеру. Суттєво змінюється роль аудиторії: користувачі виступають не лише споживачами інформації, а й інтерпретаторами, оцінювачами, коментаторами, активними учасниками формування контенту.

Емпіричне підтвердження зазначених змін здійснено на матеріалі публікацій і коментарів локальних Telegram-каналів. Аналіз показав високу частотність оціночних та емоційно маркованих висловлювань, активне використання розмовної й експресивної лексики, іронії, сарказму тощо. Коментарі перетворюються з додаткового елемента публікації на відносно автономне середовище соціальної взаємодії, у якому поєднуються інформаційний обмін, оцінювання, полеміка, емоційне реагування та міжособистісне спілкування.

Водночас виявлені трансформації мають суперечливий характер. Розширення горизонтальної інтеракції супроводжується посиленням емоційності, конфліктності й поляризації комунікації. Відкритість цифрового середовища створює умови для маніпулятивного впливу, поширення неперевіраних повідомлень, агресивної поведінки та розмивання меж між приватним і публічним.

Отже, сучасна інтернет-комунікація трансформується не лише на рівні технічних засобів і форматів подання інформації, а й на рівні ролей учасників, мовних практик, характеру соціальної взаємодії. Її слід розглядати як динамічне комунікативне середовище, у якому технологічні можливості тісно взаємодіють із соціальними, культурними та психологічними чинниками. Перспективним напрямом подальших досліджень є розширення емпіричної бази за рахунок аналізу інших цифрових платформ, збільшення обсягу вибірки та бачення змін комунікативної поведінки користувачів.

**Фінансування.** Дослідження не отримувало жодної фінансової підтримки від державних, комерційних або некомерційних секторів. Автор виконав роботу за власні кошти або в межах основної зайнятості.

**Конфлікт інтересів.** Автори заявляють про відсутність конфлікту інтересів.

**Етичне схвалення.** Дослідження проведено без залучення людей.

1. Баловсяк Н. Інтернет, соцмережі, стримінги та відео. Найцікавіше зі звіту Digital 2025 про взаємодію з цифровими технологіями. *Медіамейкер*. 19.03.2025. URL: <https://mediamaker.me/najczikavishe-zi-zvitu-digital-2025-pro-vzayemodiyu-z-czyfrovymy-tehnologiyamy-16257/> (дата звернення: 11.02.2026).

2. Булеца С. Б. Цифрова ідентичність. *Аналітично-порівняльне правознавство*. 2025. Т. 1, № 3. С. 201–205. DOI: <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2025.03.1.28>.

3. Висоцька О. Є. Конструювання ідентичності у цифрову епоху та механізми соціального контролю. *Філософія та політологія в контексті сучасної культури*. 2024. Т. 16, № 1. С. 3–11. DOI: <https://doi.org/10.15421/352412>.

4. Галудзіна-Горобець В., Лисинюк М. Технології перевірки фактів у протистоянні дезінформації сучасного інформаційного простору. *Український інформаційний простір*. 2022. Вип. 10. С. 149–154. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7948.10.2022.269842>.

5. Дюжева К. Значення місцевих новинних платформ у розвитку цифрової комунікації в Україні. *Вісник Книжкової палати*. 2025. № 4. С. 32–38. DOI: [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.4\(345\).32-38](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.4(345).32-38).
6. Зайцева С. В. Інтернет спілкування як нова форма міжособистісної комунікації. *Дослідження з лексикології і граматики української мови* : зб. наук. праць. Дніпропетровськ : ДНУ, 2012. Вип. 11. С. 45–53.
7. Землякова О. О. Лінгвостилістичні характеристики жанру англomовного корпоративного блогу. автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 «Германські мови»; Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. Харків, 2010. 22 с.
8. Куцепал С. В. Цифрова ідентичність як феномен інформаційного суспільства. *Вісник Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія*. 2026. Т. 2, №. 69. С. 145–153. DOI: <https://doi.org/10.21564/2663-5704.69.357203>.
9. Огороднік К. Особливості інтернет спілкування. *Науковий блог Національного університету «Острозька академія»* [Електронний ресурс]. 2012. URL: <https://naub.ua.edu.ua/2012/osoblyvosti-internet-spilkuvannya/> (дата звернення: 10.02.2026).
10. Телетов О. С., Телетова С. Г. Комунікаційна конвергенція журналістики та паблік рилейшнз. *Образ*. 2024. Вип. 1 (44). С. 168–177. DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2024.1\(44\)-168-177](https://doi.org/10.21272/Obraz.2024.1(44)-168-177).
11. Телетова С. Г. Конвергентні процеси у сфері журналістики, реклами та PR. *Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство* : матеріали Міжнародної наук.-практ. конф., м. Київ, 23–24 березня 2022 р. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2022. Част. 2. С. 32–35. URL: <https://kuk.edu.ua/nauka/> (дата звернення: 10.02.2026).
12. Телетова С. Г. Особливості мережевої журналістики. *Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство* : матеріали Міжнародної наук.-практ. конф., м. Київ, 22–23 березня 2023 р. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2023. Част. 2. С. 209–212. URL: <https://kuk.edu.ua/nauka/> (дата звернення: 8.02.2026).
13. Телетова С. Г., Телетов О. С. Інтеграція медіа в соціальні мережі як провідна тенденція сучасної медіаконвергенції. *Образ*. 2025. Вип. 3(49). С. 154–165. DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.3\(49\)-154-165](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.3(49)-154-165).
14. Тонкіх І. Ю. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті [Електронний ресурс] : навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. 130 с. URL: [https://document.kdu.edu.ua/info\\_zab/061\\_98.pdf](https://document.kdu.edu.ua/info_zab/061_98.pdf) (дата звернення: 7.02.2026).
15. Тонкіх І. Ю. Трансформація функцій новинних телеграм-каналів під час війни. *Communications and Communicative Technologies*. 2023. Вип. 23. С. 89–98. DOI: <https://doi.org/10.15421/292313>.
16. Трапезнікова Д. Криза довіри до медіа та вразливість до фейків. *Рівні медіа*. 14.09.2025. URL: <https://www.rivni.media/p/lmf-ims-rating-mediaspozhyvannya> (дата звернення: 12.02.2026).
17. Crețu, I.-N. Characteristics of online communication. Advantages and limitations. *Saeculum*. 2021. Vol. 52, nr. 2. P. 39–44. DOI: <https://doi.org/10.2478/saec-2021-0016>
18. Gladio S., Tereshchenko L. Challenges and perspectives of digitalized communication]. *Current Issues of Foreign Philology*. 2021. Is. 15. P. 22–29. DOI: <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2021-15-4>.

UDC 316.77:004.738.5

## FEATURES OF THE TRANSFORMATION OF CONTEMPORARY INTERNET COMMUNICATION

**Tielietova Svitlana**<sup>1,3</sup>, PhD (Philology), Associate Professor,

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7928-6811>

**Tielietov Oleksandr**<sup>2</sup>, D.Sc. (Economics), Professor,

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9977-2294>

<sup>1</sup> Sumy State A. S. Makarenko Pedagogical University, Sumy, Ukraine.

<sup>2</sup> Sumy National Agrarian University, Sumy, Ukraine.

<sup>3</sup> Corresponding author Tielietova Svitlana, e-mail: svetlanateletova@gmail.com

Received: 02 February 2026

Accepted: 05 September 2026

Published: 09 October 2026

**Citation:** Tielietova, S., Tielietov, O. (2026). Features of the transformation of contemporary internet communication. *Obraz*, 2 (51), 31–44. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2026.2\(51\)-31-44](https://doi.org/10.21272/Obraz.2026.2(51)-31-44)

**Introduction.** The article examines the specific features of the transformation of internet communication as an important component of the information society. It identifies changes in the organization, forms, and means of network interaction resulting from the development of digital technologies and communication platforms, as well as the growing role of users in the information environment.

**Relevance of the study.** The relevance of the study is determined by the rapid digitalization of the communicative environment, which has led to ongoing structural, functional, and sociocultural changes in online communication. The aim of the article is to analyze the specific features of the transformation of contemporary internet communication and to identify the main trends and challenges accompanying its development in the digital environment.

**Methodology.** The study combines theoretical and empirical methods. Generalization and systematization are used to identify the main directions of transformation in digital communication; the comparative method is applied to compare traditional and network communication; observation is used to examine users' communicative behavior; and content analysis of posts and comments in local Telegram channels is conducted to identify contemporary linguistic, sociocultural, and psychological manifestations of transformational processes.

**Results.** The study demonstrates that contemporary internet communication is characterized by changes in interaction patterns, content organization, and the roles of participants. Analysis of local Telegram channels reveals increased personalization and emotionality of communication, active interaction among users, transformations in language practices, and the blurring of boundaries between private and public communication. At the same time, the digitalization of the communicative environment is accompanied by new challenges related to information reliability, manipulative influence, and social aggression.

**Conclusions.** The novelty of the research lies in identifying the main vectors of transformation in modern internet communication based on empirical material from local Telegram channels. Shifts in the modes of information presentation, the linguistic structuring of posts, and the nature of user interaction have been established.

**Keywords:** Internet communication, information society, digital environment, online interaction, social interaction, interactivity, multimedia integration, hypertextuality, transformation of language norms.

1. Balovsyak, N. (2025), Internet, social networks, streaming and video. The most interesting things from the Digital 2025 report on interaction with digital technologies, *Mediameiker [Mediamaker]*, 19 March, available at: <https://mediamaker.me/najczikavishe-zi-zvitu-digital-2025-pro-vzayemodiyu-z-czyfrovymy-tehnologiyamy-16257/> (accessed 11 February 2026).

2. Buletsa, S.B. (2025), Digital identity. *Analitichno-porivnialne pravoznavstvo [Analytical-Comparative Jurisprudence]*, no. 3, part. 1, pp. 201–205. DOI: <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2025.03.1.28>.
3. Vysotska, O.Ye. (2024), Identity construction in the digital age and mechanisms of social control, *Filosofii ta politolohiia v konteksti suchasnoi kultury [Philosophy and political science in the context of modern culture]*, vol. 16, no. 1, pp. 3–11. DOI: <https://doi.org/10.15421/352412>.
4. Haludzina-Horobets, V., Lysyniuk, M. (2022), Fact-checking technologies in countering disinformation in the modern information space, *Ukrainskyi informatsiyni prostir [Ukrainian information space]*, iss. 10. pp. 149–154. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7948.10.2022.269842>.
5. Diuzheva, K. (2025), The importance of local news platforms in the development of digital communication in Ukraine, *Visnyk Knyzhkovoï palaty [Bulletin of the Book Chamber]*, no. 4, pp. 32–38. DOI: [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.4\(345\).32-38](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.4(345).32-38).
6. Zaitseva, S.V. (2012), Internet communication as a new form of interpersonal communication, *Research on lexicology and grammar of the Ukrainian language*, DNU, Dnipropetrovsk, iss. 11, pp. 45–53.
7. Zemliakova, O.O. (2010), *Linguistic-stylistic characteristics of the English corporate blog genre*, abstract of the PhD diss; V. N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv, 22 p.
8. Kutsepai, S.V. (2026), Digital identity as a phenomenon of the information society. *Visnyk Natsionalnoho yurydychnoho universytetu imeni Yaroslava Mudroho. Serii: Filosofiia, filosofiia prava, politolohiia, sotsiolohiia [Bulletin of the Yaroslav the Wise National Law University. Series: Philosophy, Philosophy of Law, Political Science, Sociology]*, vol. 2, no. 69, pp. 145–153. DOI: <https://doi.org/10.21564/2663-5704.69.357203>.
9. Ohorodnik, K. (2012), Features of Internet communication, *Naukovyi bloh Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia» [Scientific blog of the National University of Ostroh Academy]*, available at: <https://naub.ua.edu.ua/2012/osoblyvosti-internet-spilkuvannya/> (accessed 10 February 2026)
10. Tielietov, O.S., Tielietova, S.G. (2024), Communication convergence of journalism and public relations, *Obraz*, vol. 1 (44), pp. 168–177. DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2024.1\(44\)-168-177](https://doi.org/10.21272/Obraz.2024.1(44)-168-177).
11. Tielietova, S.G. (2022), Convergent processes in the field of journalism, advertising and PR in Ukraine in global globalization processes: culture, economy, society : proceedings of the international science-pract. conference, Kyiv, 23–24 March 2022, Ed. KNUKiM, Kyiv, part 2, pp. 32–35, available at: <https://kuk.edu.ua/nauka/> (accessed 10 February 2026).
12. Tielietova, S.G. (2023), Features of online journalism, in *Ukraine in global globalization processes: culture, economy, society* : proceedings of the international science-pract. conference, Kyiv, 22–23 March 2023, Ed. KNUKiM, Kyiv, part 2, pp. 209–212, available at: <https://kuk.edu.ua/nauka/> (accessed 8 February 2026).
13. Tielietov, O.S., Tielietova, S.G. (2025), The integration of mass media into social networks as a leading trend of modern media convergence, *Obraz [Obraz]*, vol. 3 (49), pp. 154–165. DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.3\(49\)-154-165](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.3(49)-154-165).
14. Tonkikh, I.Yu. (2017), *Internet journalism. Genres on the Internet* [Electronic resource], Ed. ZNTU, Zaporizhzhia, 130 p., available at: [https://document.kdu.edu.ua/info\\_zab/061\\_98.pdf](https://document.kdu.edu.ua/info_zab/061_98.pdf) (accessed 7 February 2026).
15. Tonkikh, I.Yu. (2023), Transformation of the functions of Telegram news channels during war, *Communications and Communicative Technologies*, iss. 23, pp. 89–98. DOI: <https://doi.org/10.15421/292313>.
16. Trapeznikova, D. (2025), Crisis of trust in the media and vulnerability to fake news, *Rivni media [Media levels]*, 14 September, available at: URL: <https://www.rivni.media/p/lmf-ims-rating-mediaspozhyvannia> (accessed 12 February 2026).
17. Crețu, I.-N. (2021), Characteristics of online communication. Advantages and limitations, *Saeculum*, vol. 52, no. 2, pp. 39–44. DOI: <https://doi.org/10.2478/saec-2021-0016>.
18. Gladio, S., Tereshchenko, L. (2021), Challenges and perspectives of digitalized communication, *Current Issues of Foreign Philology*, iss. 15, pp. 22–29. DOI: <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2021-15-4>.