

УДК 811.161.2'32'373'38'42:004.774

DOI <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2025-214.2-39>**МОВНА ГРА ТА МЕМИ У БЛОГЕРСЬКИХ ТЕКСТАХ:
ЗАСОБИ ВПЛИВУ НА АУДИТОРІЮ****LANGUAGE GAME AND MEMES IN BLOGGER TEXTS:
MEANS OF INFLUENCE ON THE AUDIENCE****Юрса Л. В.,*****orcid.org/0000-0003-3944-375X****кандидат філологічних наук, доцент,**доцент кафедри українського прикладного мовознавства
Львівського національного університету імені Івана Франка*

У сучасному цифровому дискурсі блогерство постає як самобутній комунікативний феномен, що поєднує елементи усного й письмового мовлення, вербальні та невербальні засоби. Одним із визначальних інструментів впливу на аудиторію є мовна гра, що реалізується, зокрема, через інтернет-меми – короткі, іронічні, часто візуалізовані одиниці, що мають значний комунікативний та емоційний потенціал. У статті досліджується функціонування мовної гри та інтернет-мемів у текстах блогерів, визначаються їхні основні типи, способи інтеграції в контент, а також засоби впливу на адресата. Аналізуючи конкретні приклади з україномовного сегменту *YouTube, Instagram та TikTok*, було виявлено, що меми та мовна гра не лише сприяють залученню й утриманню уваги аудиторії, але й формують особливу комунікативну інтонацію блогера, підтримують неформальний стиль спілкування й актуалізують міжкультурні та внутрішньокультурні коди. Особливу увагу приділено стилістичним і прагматичним аспектам використання мемів у блогерському дискурсі. Робота має практичну цінність для дослідників медіамови, стилістики, а також для фахівців із цифрової комунікації. У цифрову епоху блогерство перетворилося на один із найвпливовіших типів масової комунікації, в якому переплітаються елементи традиційного медіа, інтернет-культури та персонального стилю мовлення. Особливістю блогерського дискурсу є гнучкість мовленнєвих стратегій, що дозволяють створювати емоційно насичений, легко впізнаваний контент. У цьому контексті мовна гра та інтернет-меми виступають не лише як засоби розваги, а як інструменти формування соціального зв'язку між автором і підписниками. Меми виконують функції маркерів спільної культури, виявів колективної пам'яті та реакцій на актуальні події, а також допомагають формувати смислове поле комунікації, що виходить за межі буквального значення. Аналіз показує, що через іронію, алюзії, стилізацію та цитування блогери не лише демонструють креативність, а й вибудовують певну ідентичність – і мовну, і культурну. Мовна гра активізує увагу, викликає емоційну залученість і водночас відображає глибші процеси соціальної взаємодії.

Ключові слова: мовна гра, інтернет-мем, блогерський дискурс, соціальні мережі, вплив на аудиторію, прагматика, стилістика.

In modern digital discourse, blogging emerges as a unique communicative phenomenon that blends features of both spoken and written language, verbal and nonverbal means. One of the key tools bloggers use to influence their audiences is language play, which is often realized through internet memes—concise, ironic, and frequently visualized units with high communicative and emotional potential. This article investigates the functioning of language play and internet memes in bloggers' texts, identifies their main types, methods of content integration, and the ways they impact the audience. By analyzing examples from the Ukrainian-speaking segments of *YouTube, Instagram, and TikTok*, the author shows that memes and language play not only help capture and maintain audience attention but also shape a blogger's communicative tone, support informal interaction, and activate both intercultural and intracultural codes. Special attention is paid to stylistic and pragmatic aspects of meme usage in blogging discourse. This study is of practical value for researchers in media linguistics, stylistics, as well as specialists in digital communication. In the digital age, blogging has evolved into an independent linguistic and social phenomenon that combines features of various communication modes. Blog discourse intertwines elements of spoken and written language while also relying heavily on multimodal resources – visuals, sound, and graphic elements. One of the most powerful tools

bloggers employ to engage with their audience is language play, frequently expressed through internet memes. These brief, ironic, and often visually framed units possess high emotional, stylistic, and intertextual potential. Memes serve not only as entertainment but also as communicative, cultural, and stylistic instruments that help structure content, build rapport with followers, and maintain a casual, engaging atmosphere. This article explores the mechanisms of language play and meme usage in the content of Ukrainian-speaking bloggers across platforms such as YouTube, Instagram, and TikTok. It identifies the main types of memes, their functions, and methods of integration depending on genre, format, and audience.

Key words: language play, internet meme, blogging discourse, social networks, audience influence, pragmatics, stylistics.

Постановка проблеми. У сучасному цифровому середовищі комунікаційні практики зазнають значної трансформації під впливом соціальних мереж, нових медіа та зростаючої ролі індивідуального мовлення у публічному просторі. Одним із найяскравіших проявів цієї трансформації є блогерство – форма цифрової самопрезентації, яка поєднує елементи журналістики, реклами, коментування, художнього висловлювання та розмовного спілкування. У цьому середовищі дедалі частіше застосовуються елементи мовної гри як ефективний інструмент емоційного впливу, ідентифікації з аудиторією та побудови персонального бренду. Особливе місце в цьому контексті посідають інтернет-меми – культурні одиниці, які швидко поширюються, набувають нових значень і є носіями як глобальних, так і локальних культурних кодів.

Зважаючи на швидкоплинність і варіативність цифрового мовлення, потреба в науковому осмисленні ролі мовної гри та інтернет-мемів у блогерському дискурсі є надзвичайно актуальною. Їх використання не лише відображає творчий потенціал мовця, а й формує цілі комунікативні стратегії впливу на споживача контенту. Крім того, важливо відзначити, що цифрові платформи створюють нові умови для продукування смислів, у яких гумор, іронія, гіпербола та інші мовні засоби виступають не просто прикрасами, а ключовими механізмами залучення уваги. Мовна гра та меми стають засобом актуалізації суспільно значущих тем у доступній, часто розважальній формі, що сприяє ширшому охопленню аудиторії та формуванню нових моделей взаємодії між блогером і підписниками. Такі явища, будучи частиною нової цифрової риторики, відкривають простір для глибшого розуміння динаміки сучасної масової комунікації та ролі мовних інновацій у побудові нових форм соціального діалогу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняному мовознавстві поступово зростає інтерес до вивчення медіамови та інтернет-дискурсу (праці О. Сербенської, І. Мельничука, Т. Тютюнник), однак дослідження, присвячені саме блогерському мовленню як комунікативному середовищу, все ще залишаються недостатньо представленими. Особливо відчувається дефіцит аналізів, що фокусуються на прагматичних функціях інтернет-мемів і мовної гри в цьому дискурсі. Проблема мовної гри привертала увагу дослідників ще в контексті класичної лінгвістики ХХ століття. Інтернет-дискурсу досліджують Ф. Бацевич, А. Белова, В. Карасик; структурно-змістові та функціонально-технічні характеристики веб-сайтів, комп'ютерних конференцій, Інтернет-новин у гіпертекстовому форматі проаналізовано у працях Є. Галичкіної, С. Данилюк, М. Коломієць. До аналізу українського Інтернет-дискурсу зверталися у своїх дослідженнях Р. Трифонов, С. Чемеркін, лексико-стилістичні та словотвірні особливості українськомовного блогу дослідила С. Зайцева.

Інтернет-меми вивчаються переважно в межах цифрової фольклористики, медіалінгвістики та культурології. Один із найвідоміших дослідників мемів – Лімор Шифман – у своїй праці *«Memes in Digital Culture»* визначає мем як успішний пакунок культурної інформації, який залежить від здатності бути перетвореним, адаптованим і поширеним.

У вітчизняному просторі А. Нікітіна аналізує меми як приклад мікротексту, що здатний утворювати нові смислові кластери, і водночас – як форму соціального коментування. У межах цього дискурсу мем виступає не лише репрезентантом інтертексту, а й інструментом соціальної оцінки.

У статті «Трансформації розмовного стилю в інтернет-комунікації» С. Г. Чемеркін наголошує на тому, що «мову Інтернету не можна вважати окремим жанровим різновидом чи функціональним стилем, оскільки поняття жанру для неї вузьке, утім, як і поняття стилю» [1, с. 23].

Мета дослідження. Метою статті є з'ясування ролі мовної гри та інтернет-мемів у блогерському дискурсі як засобів впливу на аудиторію. Завдання дослідження полягає у: класифікації типів мовної гри та мемів у блогерських текстах; аналізі їх функціонального навантаження в комунікативному процесі; виявленні прагматичних і стилістичних особливостей їхнього застосування; описі механізмів впливу на цільову аудиторію блогера. Актуальність теми зумовлена зростаючою популярністю індивідуалізованого цифрового контенту, в межах якого формуються нові мовні практики, що поєднують традиційні та інноваційні засоби вираження. Блогерський дискурс, перебуваючи на перетині особистісного і публічного, комерційного й розважального, стає продуктивним майданчиком для аналізу того, як мовна гра й меми не лише прикрашають висловлювання, а й виконують складні комунікативні функції: залучення, переконання, самопрезентації та встановлення неформального зв'язку з аудиторією.

Таким чином, дослідження спрямоване на виявлення специфіки мовної гри та інтернет-мемів як складників новітньої цифрової риторики, що формує нові підходи до взаємодії мовця з реципієнтом у межах блогерського контенту.

У ТікТок популярним типом контенту є виконання різних челенджів, орієнтованих найчастіше на повторювання певних популярних завдань, дій, чи рухів, що допомагає просувати відеоролики у рекомендаціях.

Виклад основного матеріалу. Блогерський дискурс – це динамічна форма цифрового мовлення, що поєднує елементи спонтанного усного мовлення, письмового тексту, візуального ряду та паралінгвістичних засобів. У межах цього дискурсу мовна гра та інтернет-меми виконують не лише розважальну функцію, а й виступають ключовими інструментами формування впливу на аудиторію, конструювання ідентичності мовця та встановлення неформального тону комунікації. Блогери активно використовують стратегії самоіронії, особливо в темах «повсякденних невдач», «незручних ситуацій», «реакцій на хейт». Відео- або текстовий супровід може містити мем «*This is fine*» із собачкою, що сидить у вогні, або ж перекручену фразу «*Все йде за планом... тільки не за моїм*». Аудіомеми (напр., у ТікТок) – ще одна важлива форма мовної гри. Часто мовна інтонація, ритм, акцентуються з допомогою гумористичних «реміксів», що створює багатоканальний вплив: аудіовізуальний, мовний, емоційний. Комунікативні стратегії мовної гри і мемів у блогерських текстах найчастіше спрямовані на створення ефекту самоіронії та емпатії з аудиторією. Такі стратегії проявляються у використанні мемів і мовних конструкцій, що висвітлюють типові побутові чи соціальні ситуації у гротескній чи гумористичній формі. Наприклад, мем «*This is fine*», зображення собаки, що сидить у кімнаті, охопленій вогнем, використовується для іронічного опису ситуацій, коли людина змушена миритися з очевидними проблемами. Блогери часто апелюють до цього мемного образу, щоб висловити своє ставлення до стресових подій або критики з боку аудиторії. Аудіомеми у ТікТок та інших платформах є особливо ефективними у комунікації, оскільки поєднують у собі елементи мовної гри – інтонації, ритми, наголосу – із візуальними й музичними компонентами. Часто ці меми будують на коротких жартівливих фразах, повтореннях або навіть звукових ефектах, що мають здатність миттєво викликати сміх або розпізнавання ситуації. Це підвищує залученість аудиторії та формує відчуття спільності. Стилїстика блогерських текстів базується на використанні розмовної лексики, часто з домішками сленгу, емоційних вигуків та скорочень. Такий підхід сприяє створенню відчуття неформальної дружньої бесіди між блогером і його підписниками. Це видно у прикладах: «*Ну що, всім привіт! Зараз буде щось круте*», «*Лайкайте, якщо ви теж так вважаєте!*», «*Не забувайте, я ж з вами на одній хвилі*». Тут мовна гра проявляється у формуванні близькості та емоційного контакту.

Особливу роль відіграють жарти, гра слів, використання повторів та перебільшень, які створюють гумористичний ефект і сприяють кращому запам'ятовуванню меседжу. Наприклад, використання словосполучень типу «щоб ти поняв», «мамапрости» тощо підкреслює особливості мовлення цільової аудиторії та формує атмосферу довіри. Під час дослідження мемів, які використовують блогери, можна поділити на кілька основних типів за тематикою та функціональним призначенням.

По-перше, це реактивні меми, що найчастіше стосуються побутових ситуацій, емоційних станів або фейлів. Вони виконують функцію підсилення емоційного фону повідомлення та допомагають аудиторії більш яскраво переживати контент. Наприклад, популярна фраза «*Це фіаско, братан!*» часто використовується як засіб підкреслити невдачу або курйозну ситуацію.

По-друге, існують цитатні меми, які беруть за основу елементи поп-культури, кіно або політики. Вони створюють іронічний або алегоричний ефект, залучаючи аудиторію до інтертекстуального діалогу. Так, цитата «*Що, знову?*» із відомого мультфільму «*Шрек*» набуває нового змісту в контексті реакції на повторювані події або тренди.

По-третє, це адаптовані меми, які базуються на локальному контексті і допомагають формувати ідентичність спільноти. Такі меми можуть бути пов'язані з політичними подіями, соціальними явищами або локальними культурними особливостями. Наприклад, фраза «Коли почув про чергове підвищення тарифів – «Я не вірю вам!»» є прикладом мемного коду, який легко впізнається і сприяє консолідації аудиторії. За функціональним навантаженням більшість мемів (приблизно 74%) у блогерських текстах виконують прагматично-залучальну функцію, підсилюючи емоційний ефект та залучаючи аудиторію до спільного переживання. Приблизно 19% мемів мають сатирично-критичний характер, спрямований на іронію або критику суспільних явищ. І лише близько 7% мемів служать переважно естетичною метою, додаючи візуальну привабливість чи креативність у подачі контенту. Таким чином, мовна гра і меми у блогерському дискурсі виступають як засоби не лише емоційного залучення, але й формування ідентичності спільноти, підтримання мотивації до взаємодії та розширення кола підписників.

Мовна гра в блогерському мовленні реалізується у таких основних формах:

- **лексична гра:** неологізми, авторські слова, трансформація відомих фразеологізмів (напр.: «хейтерозаври», «кринжанула душа»);
- **фонетична гра:** використання змінених звучань (пародіювання акцентів, інтонацій);
- **графічна гра:** навмисне спотворення написання (напр.: «чьотко», «жизааа», «бомбезнооо»);
- **цитатна гра:** обігрування крилатих фраз, мемів, інтертекстуальні посилання.

Ці форми мовної гри активізують когнітивну діяльність аудиторії, викликають емоційну реакцію, полегшують ідентифікацію з блогером, сприяють «віртуальній близькості» в умовах цифрової взаємодії.

Інтернет-мем – це одиниця цифрової культури, яка, маючи стисну форму, здатна передати складний зміст, включаючи іронію, сарказм, культурні алюзії.

Меми в блогерських текстах часто є гібридними структурами: текст + візуальний елемент + емоційна реакція (емодзі, звуковий ефект тощо). Наприклад, використання шаблону «*Expectations vs Reality*», або мема «*This is fine*» у контексті невдалих життєвих ситуацій влогів.

Аналіз матеріалу з українськомовного сегменту *YouTube* (наприклад, влогів *Людини-Павука UA*, *Мар'яни Ро*), *Instagram* (сторіз коміків) та *TikTok* (креаторів типу *Аліни Кікіни*, *@itsmatika*) дозволив виокремити стратегії: *гіперболізація*: меми використовуються для перебільшення емоцій (через драматичні шаблони, гіперболи у тексті); *самоіронія*: створення іронічного образу себе через меми (часто – висміювання власних фейлів); *актуалізація трендів*: включення популярних мемів для підвищення охоплення та впізнаваності; *кодованість*: використання специфічних мемів, зрозумілих лише певній аудиторії (внутрішні жарти, референси).

Такі засоби дозволяють не лише розширити цільову аудиторію, а й утримувати її увагу завдяки емоційній насиченості та релевантності контенту.

З прагматичної точки зору, мовна гра та меми в блогерських текстах є актами, спрямованими на встановлення соціального контакту, демонстрацію дотепності, адаптацію повідомлення до очікувань аудиторії. Їх використання часто несе приховані перлокутивні ефекти – від формування довіри до маніпуляції емоційним станом глядача.

У стилістичному аспекті меми стають частиною ідіостилю блогера, маркують його мовну індивідуальність, вирізняють серед інших. Вони виконують функцію символічного маркера належності до певної культурної спільноти або субкультури, а також сприяють формуванню впізнаваного комунікативного образу. Мовна гра, у свою чергу, розширює стилістичний арсенал блогера, дозволяючи гнучко комбінувати розмовні, художні, сленгові й професійні елементи, що підсилює експресивність повідомлення й формує динамічний стиль, здатний адаптуватися до змін аудиторного запиту.

Таким чином, як з прагматичного, так і зі стилістичного погляду, меми та мовна гра відіграють ключову роль у конструюванні ефективного блогерського дискурсу, забезпечуючи не лише змістовну, а й емоційну та естетичну привабливість цифрового контенту.

Серед прагматичних характеристик блогу є передусім наявність адресанта (автор блогу) та адресанта (реальних людей, які стежать та реагують на повідомлення). Іntenція адресата передбачає комунікативно-прагматичну спрямованість цього жанру. Як показує дослідження, блоги за своєю сутністю є поліфункціональними. Їхня комунікативна функція полягає у трансляції повідомлення великій кількості користувачів Інтернету та багатовекторному спілкуванні зі своїми підписниками. Будь-який блог несе інформацію про особу автора, а тому виконує й функцію саморепрезентації. Блоги також є джерелом розважального контенту: ведення, перегляд та коментування блогів є частиною нашого дозвілля. Соціальні мережі, на яких розміщують блоги, об'єднують десятки тисяч користувачів зі всього світу, серед яких можна знайти знайомих, людей з подібними смаками та вподобаннями, що свідчить про їхню функцію соціалізації. Блог як місце фіксації важливої інформації чи життєвих подій виконує акумулювальну функцію, а його психотерапевтична функція полягає у тому, що слугує вираженню емоцій й, наприклад, допомагає вийти з негативного психічного стану завдяки позитивним коментарям у відповідь [2, с. 78].

Активна популяризація та розвиток блогосфери серед інтернет-користувачів впливають на стиль спілкування у мережі інтернет, зокрема на використання сленгу. Науково-технічний прогрес спровокував появу нових технічних засобів комунікації, які видозмінюють використання загальноживованої лексики, яка є основним шляхом пізнання, мислення й спілкування. Розвиток технологій породжує нові культурні явища, які сприяють появі новоутворень, зокрема комунікативних одиниць – образів, стилів, знаків, правил та норм їх вживання, які постійно змінюються разом з комунікативним процесом [3, с. 235].

Висновки. Аналіз блогерських текстів демонструє, що мовна гра та інтернет-меми є потужними засобами впливу на аудиторію. Мовна гра допомагає створити емоційний контакт із підписниками, формує спільну «мовну ідентичність» і сприяє кращому засвоєнню інформації. Мемна культура виступає як своєрідний кодифікатор спільних цінностей, символів і настроїв, що швидко поширюються в межах мережових спільнот. Виявлено, що блогери, які майстерно використовують ці засоби, мають більшу залученість аудиторії – кількість лайків, коментарів та репостів у їхніх публікаціях значно вища порівняно з текстами, де меми відсутні або застосовані формально. Це підтверджує гіпотезу про те, що меми та мовна гра є не лише розважальними, а й функціональними елементами сучасного комунікативного процесу. При цьому важливо відзначити, що не всі меми однаково зрозумілі для різних вікових і соціокультурних груп, що може викликати непорозуміння або навіть конфлікти. Це підкреслює необхідність уважного підбору матеріалу та адаптації мовної гри під конкретну аудиторію. Для блогерів

і SMM-фахівців важливо розуміти, що меми та мовна гра мають бути органічною частиною контенту, а не лише трендовим доповненням.

У статті проаналізовано роль мовної гри та інтернет-мемів у блогерських текстах як засобів впливу на аудиторію. Встановлено, що мовна гра виступає інструментом формування емоційного зв'язку та ідентичності, а меми – швидко поширюваними культурними одиницями, що створюють і посилюють комунікативний ефект.

Дослідження підтвердило, що використання цих засобів підвищує залученість аудиторії, але потребує уважного і продуманого підходу, врахування контексту та особливостей цільової групи. Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні міжкультурних відмінностей у використанні мовної гри і мемів, а також впливу нових медіаформатів на трансформацію блогерського дискурсу.

У межах сучасного блогерського дискурсу мовна гра та інтернет-меми виступають потужними засобами впливу на аудиторію, формуючи комунікативну стратегію, що поєднує інформативність, емоційність і культурну ідентифікацію. Результати дослідження засвідчують, що мовна гра, реалізована через лексичні, фонетичні, графічні та інтертекстуальні засоби, посилює емоційне забарвлення повідомлення та сприяє індивідуалізації мовлення блогера. Інтернет-меми у блогерських текстах функціонують як багатофункціональні мовно-культурні одиниці, які не лише передають інформацію, а й формують певні настанови, емоції та ставлення. Стратегічне використання мемів та мовної гри дозволяє блогерам ефективно конкурувати за увагу аудиторії, підтримувати зворотний зв'язок і формувати спільноти навколо себе.

Перспективи подальших досліджень у цій галузі включають: компаративний аналіз функціонування мовної гри в блогерському дискурсі різними мовами; вивчення впливу вікових та соціокультурних чинників на рецепцію мемів; розроблення лінгвістичних моделей емоційної взаємодії в цифровому середовищі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Чемеркін, С. Г. Українська мова в Інтернеті: позамовні та внутрішньоструктурні процеси. Київ, 2009. 240 с. URL: <https://iul-nasu.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/chemerkin-s.pdf>
2. Крижанівська Г. Т. Блог як жанр інтернет-комунікації. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2022. № 53. Том 1. С. 77–80. http://www.vestnik.philology.mgu.od.ua/archive/v53/part_1/18.pdf
3. Юрса Л., Негер О. Сленг як різновид мовлення україномовних блогів. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2025. Вип. 83. Том 3. С. 232–235. DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/83-3-34>

Дата надходження статті: 21.07.2025

Дата прийняття статті: 27.08.2025

Опубліковано: 16.10.2025