

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Факультет журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа
БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ЖАРГОН ЯК ІНСТРУМЕНТ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В
ПРОЄКТІ "ДОРЕЧНІСТЬ МОВЛЕННЯ"**

Здобувача першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти
групи ЖУРБ-1-22-4.03
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.01
Журналістика
Щербина Андрій Сергійович

Використання чужих ідей,
Результатів і текстів мають посилання
на відповідне джерело

(підпис студента) (ініціали, прізвище)

Науковий керівник:
Погребняк І.В.,
доцент, кандидат педагогічних наук

Розширена шкала: _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

Погребняк І.В.,

завідувач кафедри журналістики та нових медіа

Голова комісії _____

(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії _____

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

М. Київ – 2026 рік

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	4
ВСТУП	5
РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ЖАРГОНУ В ГРОМАДЯНСЬКІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ ТА ЦИФРОВИХ МЕДІА	8
1.1. Жаргон як різновид субстандартної лексики: сутність, функції та особливості використання	8
1.2. Громадянська журналістика у сучасному медіапросторі: формати, інструменти та комунікаційні практики.....	13
1.3. ТікТок як платформа створення журналістського контенту та формування мовленнєвих тенденцій.....	15
1.4. Роль неформальної лексики у цифровій комунікації та взаємодії з аудиторією.....	18
Висновки до розділу I	21
РОЗДІЛ II СТВОРЕННЯ ТІКТОК-ПРОЄКТУ «ДОРЕЧНІСТЬ МОВЛЕННЯ»: ЖАРГОН ЯК ІНСТРУМЕНТ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ	23
2.1. Концепція, ідея та цільова аудиторія ТікТок-проєкту «Доречність мовлення».....	23
2.2. Процес створення відеоконтенту для ТікТок-проєкту «Доречність мовлення»	26
2.3. Практика використання жаргону у створенні відеоматеріалів проєкту.....	29
2.4. Аналіз результатів реалізації проєкту та взаємодії з аудиторією	32
Висновки до розділу II	36
ВИСНОВКИ	38
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	40
ДОДАТКИ	

АНОТАЦІЯ

У бакалаврській кваліфікаційній роботі досліджено жаргон як інструмент громадянської журналістики та особливості його функціонування у сучасному цифровому медіапросторі. У роботі розглянуто роль неформальної лексики в журналістській комунікації, специфіку громадянської журналістики в умовах цифровізації медіа та можливості використання TikTok як платформи для створення пояснювального й журналістського контенту.

Теоретична частина роботи присвячена аналізу поняття жаргону, його функцій у сучасній медіакомунікації, процесів колоквіалізації мовлення та особливостей цифрового дискурсу. Також досліджено розвиток громадянської журналістики, трансформацію ролі аудиторії у створенні контенту та вплив соціальних мереж на сучасні журналістські практики.

Практична частина роботи пов'язана зі створенням авторського TikTok-проєкту «Доречність мовлення». У межах проєкту було розроблено концепцію контенту, визначено цільову аудиторію, підготовлено сценарії та створено шість відеоматеріалів тривалістю від 30 до 60 секунд. Тематика відео охоплює війсьнич жаргон, професійну лексику, доречність використання жаргонізмів у журналістиці та вплив мовної стратегії на взаємодію з аудиторією.

У роботі проаналізовано особливості створення короткого відеоконтенту для TikTok, процес підготовки сценаріїв, написання текстів, зйомки, монтажу та адаптації матеріалів до алгоритмів платформи. Окрему увагу приділено практиці використання жаргону у створених відеоматеріалах та його впливу на стиль журналістської комунікації.

Результати дослідження демонструють, що жаргон у сучасному цифровому середовищі може виступати ефективним інструментом громадянської журналістики, сприяти встановленню ближчої комунікації з аудиторією та адаптації складних тем до короткого відеоформату. Водночас ефективність його використання залежить від комунікаційного контексту, жанру та доречності мовної стратегії.

Ключові слова: жаргон, громадянська журналістика, TikTok, цифрова комунікація, медіамова, соціальні мережі, журналістика, цифровий контент, медіадискурс.

ABSTRACT

The bachelor's qualification paper examines jargon as a tool of citizen journalism and the features of its functioning in the modern digital media environment. The study focuses on the role of informal vocabulary in journalistic communication, the development of citizen journalism in the context of media digitalization, and the possibilities of using TikTok as a platform for explanatory and journalistic content.

The theoretical part of the paper analyzes the concept of jargon, its functions in contemporary media communication, the processes of language colloquialization, and the specifics of digital discourse. Particular attention is paid to the development of citizen journalism, the transformation of the audience's role in content creation, and the influence of social media on modern journalistic practices.

The practical part of the study is connected with the creation of the author's TikTok project "Appropriateness of Speech" ("Dorechnist Movlennia"). Within the framework of the project, a content concept was developed, the target audience was identified, scripts were prepared, and six short videos lasting from 30 to 60 seconds were created. The video topics include wartime jargon, professional vocabulary, the appropriateness of jargon use in journalism, and the influence of language strategies on audience interaction.

The paper analyzes the process of creating short-form video content for TikTok, including script development, text writing, filming, editing, and adaptation of materials to the platform's algorithms. Special attention is given to the practical use of jargon in the created videos and its influence on the style of journalistic communication.

The results of the research demonstrate that jargon in the contemporary digital environment can function as an effective tool of citizen journalism, contribute to closer communication with the audience, and facilitate the adaptation of complex topics to short video formats. At the same time, the effectiveness of its use depends on the communicative context, genre, and appropriateness of the chosen language strategy.

Keywords: jargon, citizen journalism, TikTok, digital communication, media language, social media, journalism, digital content, media discourse.

ВСТУП

Актуальність бакалаврської кваліфікаційної роботи зумовлена активним розвитком цифрових медіа, трансформацією комунікаційних практик та посиленням ролі соціальних мереж у сучасному інформаційному просторі. У XXI столітті журналістика дедалі частіше виходить за межі традиційних медіа, набуваючи нових форматів взаємодії з аудиторією. Важливим складником цього процесу стає громадянська журналістика, яка дозволяє створювати та поширювати суспільно значущий контент не лише професійним журналістам, а й активним користувачам цифрових платформ.

У сучасному медіасередовищі особливого значення набуває мова як інструмент комунікації, впливу та формування довіри між автором контенту й аудиторією. Одним із помітних явищ сучасного медіамовлення є жаргон — різновид субстандартної лексики, що активно функціонує у повсякденному спілкуванні, цифровій комунікації та соціальних мережах. Жаргонні мовні одиниці дедалі частіше використовуються у медіаконтенті як засіб створення ефекту наближеності до аудиторії, емоційного підсилення повідомлення, неформалізації комунікації та формування авторського стилю.

Особливу роль у трансформації сучасних мовних практик відіграє соціальна мережа TikTok, яка сьогодні є однією з найпопулярніших платформ короткого відеоконтенту. Її специфіка полягає у динамічному форматі подачі інформації, інтерактивності, використанні розмовного стилю та високому рівні залучення аудиторії. У таких умовах жаргон стає не лише елементом неформального мовлення, а й ефективним комунікативним інструментом цифрової журналістики та авторського медіавиробництва.

У сучасному медіапросторі дедалі більшої популярності набувають авторські освітні та мовно-просвітницькі проєкти, спрямовані на популяризацію мовної культури та осмислення комунікативних практик. Одним із таких прикладів є TikTok-проєкт «Доречність мовлення», у межах якого поєднуються елементи громадянської журналістики, цифрового контенту та мовної комунікації. У проєкті жаргон використовується як інструмент побудови взаємодії з аудиторією,

підвищення доступності контенту та формування невимушеного стилю подачі інформації.

Отже, актуальність дослідження визначається необхідністю вивчення жаргону як інструмента громадянської журналістики, а також потребою дослідження особливостей його використання у створенні цифрового відеоконтенту на платформі TikTok.

Мета бакалаврської кваліфікаційної роботи полягає у дослідженні особливостей використання жаргону як інструмента громадянської журналістики та визначенні його комунікативної ролі у процесі створення TikTok-контенту на матеріалі проєкту «Доречність мовлення».

Завдання дослідження

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

1. Розглянути теоретичні засади дослідження жаргону, громадянської журналістики та цифрових медіакомунікацій.
2. Охарактеризувати TikTok як платформу створення сучасного журналістського контенту та середовище формування мовленнєвих практик.
3. Проаналізувати особливості створення TikTok-контенту в межах проєкту «Доречність мовлення» та специфіку використання жаргону у комунікативній стратегії проєкту.
4. Дослідити ефективність використання жаргону у взаємодії з аудиторією та визначити його роль як інструмента громадянської журналістики.

Об'єктом дослідження є жаргон у сучасному цифровому медіапросторі.

Предметом дослідження є особливості використання жаргону як інструмента громадянської журналістики у процесі створення TikTok-контенту на прикладі проєкту «Доречність мовлення».

Методи дослідження

У процесі виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів дослідження. Описовий метод застосовано для систематизації теоретичного матеріалу щодо жаргону, громадянської журналістики та цифрових медіа. Метод аналізу та узагальнення використано для опрацювання наукових підходів до вивчення сучасних

комунікативних практик у соціальних мережах. Метод контент-аналізу застосовано для дослідження відеоматеріалів TikTok-проєкту «Доречність мовлення», особливостей мовного наповнення контенту та специфіки використання жаргону. Метод дискурс-аналізу використано для вивчення комунікативних стратегій проєкту та взаємодії з аудиторією цифрової платформи.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному аналізі жаргону як інструмента громадянської журналістики у сучасному цифровому медіапросторі. У роботі досліджено особливості використання жаргону у процесі створення TikTok-контенту, визначено його комунікативні функції та роль у побудові взаємодії між автором контенту й аудиторією. Також здійснено аналіз авторського проєкту «Доречність мовлення» як прикладу використання мовно-комунікативних практик у цифровій журналістиці.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання матеріалів дослідження у сфері журналістики, цифрових комунікацій, медіаосвіти та створення соціального медіаконтенту. Результати роботи можуть бути використані під час розроблення освітніх, журналістських та мовно-просвітницьких проєктів у соціальних мережах, зокрема на платформі TikTok.

Структура бакалаврської кваліфікаційної роботи зумовлена метою та завданнями дослідження. Робота складається зі вступу, двох розділів, восьми підрозділів, висновків, списку використаних джерел, анотації та додатків. У першому розділі розглянуто теоретичні засади дослідження жаргону, громадянської журналістики та цифрових медіа. Другий розділ присвячено практичній реалізації TikTok-проєкту «Доречність мовлення», аналізу процесу створення відеоконтенту, використання жаргону як комунікативного інструмента та дослідженню взаємодії контенту з аудиторією.

РОЗДІЛ І

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ЖАРГОНУ В ГРОМАДЯНСЬКІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ ТА ЦИФРОВИХ МЕДІА

1.1. Жаргон як різновид субстандартної лексики: сутність, функції та особливості використання

Сучасний мовний простір характеризується динамічністю, відкритістю до змін та активною взаємодією літературних і нелітературних елементів. У процесі розвитку цифрових комунікацій, соціальних мереж та нових медіа дедалі більшої актуальності набуває дослідження субстандартної лексики як складника повсякденного мовлення та медіакомунікації. Мовний субстандарт охоплює широкий спектр мовних явищ, що функціонують поза межами або на периферії літературної норми, проте активно використовуються у міжособистісному спілкуванні, масовій культурі, цифровому середовищі та медіатекстах [1, с. 42].

У сучасному мовознавстві поняття «субстандартна лексика» розглядається як сукупність мовних одиниць, які відрізняються від нормативного літературного слововживання стилістичною маркованістю, емоційністю, ситуативною зумовленістю та соціальною прив'язаністю. До складу субстандарту зазвичай відносять сленг, жаргон, аргі, просторіччя, професіоналізми та інші різновиди нелітературної лексики [2, с. 118]. Водночас сучасні дослідники наголошують, що чіткі межі між цими мовними категоріями часто є умовними, оскільки процеси цифровізації та демократизації мовлення сприяють активному проникненню субстандартних елементів у публічну комунікацію.

Одним із найбільш помітних різновидів субстандартної лексики є жаргон, який у сучасному комунікативному середовищі виконує не лише номінативну, а й соціальну, експресивну та ідентифікаційну функції. У науковій літературі поняття жаргону трактується неоднозначно. Частина дослідників визначає його як мовлення окремих соціальних груп, що формується під впливом професійних, вікових, культурних або соціальних чинників [3, с. 77]. Інші науковці акцентують увагу на функціональному аспекті жаргону, розглядаючи його насамперед як інструмент внутрішньогрупової комунікації та засіб відмежування «своїх» від «чужих» у комунікативному просторі [4, с. 95].

У сучасному українському мовознавстві жаргон здебільшого розуміють як соціально маркований різновид мовлення, що характеризується підвищеним рівнем експресивності, неформальністю та прагненням до мовної економії. На відміну від нейтральної літературної лексики, жаргонні одиниці нерідко містять оцінне забарвлення, емоційну інтенсивність або елемент мовної гри. Саме ця особливість забезпечує їхню популярність у сучасному цифровому середовищі, де швидкість комунікації, емоційне залучення та персоналізований стиль мовлення відіграють важливу роль [5, с. 214].

Важливим аспектом дослідження є розмежування понять «жаргон», «сленг», «арго» та «просторіччя», які нерідко помилково використовуються як синонімічні. Незважаючи на спільну належність до субстандартного мовного рівня, ці явища мають суттєві відмінності. Зокрема, арго традиційно пов'язують із закритими соціальними групами та прагненням до приховування змісту повідомлення, тоді як жаргон переважно орієнтований на внутрішньогрупову ідентифікацію та створення комунікативної близькості [6, с. 53]. Сленг, своєю чергою, часто має ширшу сферу використання та активно функціонує в молодіжному середовищі, масовій культурі й цифровій комунікації. Просторіччя ж зазвичай пов'язується зі спрощеними, ненормативними мовними формами, які виникають у повсякденному мовленні незалежно від групової належності мовців.

У контексті сучасного медіапростору жаргон поступово виходить за межі вузькогрупового використання та стає важливим інструментом комунікативної взаємодії. Особливо помітною ця тенденція є у цифрових медіа, де автори контенту активно використовують неформальні мовні засоби для створення ефекту автентичності, наближеності до аудиторії та підтримання інтерактивного характеру комунікації. Дослідники цифрової комунікації наголошують, що сучасне медіамовлення дедалі більше тяжіє до орозмовлення, персоналізації та емоційного стилю подачі інформації [7, с. 186].

Жаргон у медіасередовищі виконує низку важливих комунікативних функцій. Насамперед йдеться про експресивну функцію, яка полягає у підсиленні емоційного впливу повідомлення. Використання жаргонної лексики дозволяє зробити висловлювання більш динамічним, неформальним і виразним. Не менш

важливою є ідентифікаційна функція, оскільки жаргон сприяє формуванню відчуття спільності між автором повідомлення та аудиторією. У цифровому просторі така мовна близькість часто стає одним із чинників формування довіри до автора контенту [8, с. 301].

Важливою складовою дослідження жаргону є його класифікація, оскільки різні форми цього мовного явища безпосередньо пов'язані зі змінами соціального середовища та особливостями комунікації. У сучасному мовознавстві жаргон переважно поділяють за соціальним, професійним, віковим і функціональним критеріями.

Одним із найдинамічніших різновидів вважають молодіжний жаргон. Він формується переважно у середовищі молодих мовців і швидко реагує на культурні тренди, технологічні новинки, популярний контент і зміни цифрової культури. Його характерною рисою є нестабільність: окремі слова та вирази можуть швидко набувати популярності, а згодом так само швидко зникати з активного вжитку. Значний вплив на розвиток молодіжного жаргону сьогодні мають соціальні мережі, мемна культура, блогосфера та глобальні інформаційні процеси, через що чимало жаргонних одиниць поступово переходять у повсякденне мовлення [9, с. 147].

Окрему групу становить професійний жаргон, який виникає всередині професійних спільнот і використовується як засіб швидкої та зручної внутрішньої комунікації. Подібні мовні практики характерні й для журналістського середовища, де професійна діяльність формує власну систему спеціальних назв, скорочень і мовних моделей. Таке мовлення допомагає оптимізувати робочі процеси, однак у сучасному цифровому середовищі окремі елементи професійного жаргону дедалі частіше виходять за межі професійного кола й потрапляють у ширший медійний дискурс [10, с. 226].

У цифрову епоху дедалі помітнішим стає ще один різновид — мережевий або цифровий жаргон. Його поява безпосередньо пов'язана з розвитком соціальних платформ, месенджерів, блогів і різних форматів онлайн-комунікації. Для такого мовлення характерні прагнення до лаконічності, використання скорочень, англійських запозичень, меметичних формулювань та інших способів мовної економії. Важливо й те, що соціальні мережі сьогодні не лише поширюють

жаргонні одиниці, а й активно продукують нові мовні моделі, які швидко стають частиною цифрової комунікації [11, с. 88].

Цифровізація загалом суттєво змінила статус жаргонної лексики у публічному просторі. Якщо раніше її використання переважно асоціювалося з неофіційним побутовим спілкуванням, то сьогодні вона дедалі частіше функціонує у медіа, соціальних мережах, блогах і журналістських форматах. Особливо помітно це у середовищі цифрових платформ, де комунікація орієнтується на швидкість реакції, персоналізований стиль взаємодії та створення ефекту безпосереднього діалогу з аудиторією. За таких умов автори контенту нерідко використовують жаргон як спосіб скорочення дистанції між собою та користувачами.

Схожі процеси можна спостерігати і в сучасній журналістиці. В умовах високої конкуренції за увагу аудиторії медіа дедалі частіше відходять від надмірно формалізованого стилю, надаючи перевагу більш динамічній, емоційно насиченій та розмовно наближеній мові [12, с. 311]. Це не означає відмову від журналістських стандартів, проте свідчить про поступову адаптацію мовних стратегій до особливостей цифрового медіаспоживання.

Особливо виразно така тенденція простежується у громадянській журналістиці. На відміну від традиційних редакційних моделей, вона значною мірою базується на авторському стилі, персоналізованій подачі інформації та безпосередньому контакті з аудиторією. У просторі соціальних мереж ефективність комунікації часто залежить не лише від змісту повідомлення, а й від того, наскільки зрозумілою, близькою та природною для аудиторії є мова автора. У цьому контексті жаргон може виконувати функцію комунікативного зближення, підтримувати відчуття спільності інтересів і підсилювати інтерактивність цифрового контенту.

Окремої уваги потребує платформа TikTok, яка сьогодні активно впливає на мовні звички молоді аудиторії. Короткий відеоформат вимагає високої концентрації змісту, швидкого темпу подачі та здатності оперативно встановити контакт із користувачем. Саме тому мовна стратегія автора тут відіграє надзвичайно важливу роль. Використання жаргонізмів у TikTok-комунікації часто допомагає зробити повідомлення більш динамічним, емоційним і впізнаваним.

Водночас надмірна жаргонізація або невдалий вибір мовних засобів можуть, навпаки, знижувати зрозумілість контенту та негативно впливати на рівень довіри аудиторії.

Отже, сучасний жаргон варто розглядати не лише як мовне явище, пов'язане із субстандартною лексикою, а як важливий елемент цифрового комунікаційного середовища. Його функціонування сьогодні помітне у журналістиці, соціальних мережах, освітньому контенті та практиках громадянської комунікації. Дослідження жаргону дозволяє глибше зрозуміти механізми сучасної медіавзаємодії, мовні стратегії цифрового контенту та особливості комунікації у нових медіа.

1.2. Громадянська журналістика у сучасному медіапросторі: формати, інструменти та комунікаційні практики

Розвиток інтернету та соціальних мереж помітно вплинув на те, як сьогодні працює журналістика. Якщо раніше інформацію переважно створювали професійні редакції, то зараз у медіапросторі активно працюють і звичайні користувачі. Людина може зняти відео з місця події, провести пряму трансляцію, написати допис або швидко поширити важливу інформацію. Через це аудиторія перестала бути лише споживачем новин і все частіше бере участь у створенні контенту.

Саме в таких умовах активно розвивається громадянська журналістика. У науковій літературі її зазвичай пояснюють як участь громадян у зборі, створенні та поширенні суспільно важливої інформації [1]. При цьому людина не обов'язково має бути професійним журналістом чи працювати в редакції. Головне — можливість швидко повідомити про подію, поділитися інформацією або привернути увагу до певної проблеми.

Розвиток громадянської журналістики тісно пов'язаний із цифровою культурою участі. Дослідник Г. Дженкінс пише про те, що сучасна аудиторія вже не хоче залишатися пасивним спостерігачем, а прагне бути залученою до процесу створення контенту [4]. Сьогодні користувач може одночасно бути автором матеріалу, оператором, коментатором і джерелом інформації. Особливо добре це видно під час суспільно важливих подій, коли очевидці першими публікують фото, відео або короткі повідомлення ще до появи матеріалів у традиційних медіа.

Соціальні мережі значно спростили цей процес. Платформи на кшталт TikTok, Instagram, YouTube, Telegram чи Facebook дозволяють швидко створювати контент і майже одразу отримувати реакцію аудиторії [2]. У результаті змінюється не тільки швидкість поширення інформації, а й сам стиль цифрової комунікації.

Сучасна громадянська журналістика не обмежується одним форматом. Це можуть бути блоги, стрими, подкасти, короткі відео, авторські коментарі, інформаційні ролики або мультимедійні матеріали для соціальних мереж. За даними *Reuters Institute Digital News Report 2024*, молодша аудиторія дедалі частіше отримує новини саме через цифрові платформи та відеоконтент [6]. Це показує, що

моделі медіаспоживання поступово змінюються, а соціальні мережі стають важливим джерелом інформації.

Ще одна характерна риса громадянської журналістики — більш особистий стиль комунікації. Якщо традиційні новинні медіа зазвичай дотримуються стриманого й нейтрального стилю, то цифрові автори часто використовують живішу подачу, говорять від власного імені та більше взаємодіють із підписниками. У такому середовищі важливу роль відіграють довіра, зрозуміла мова та відчуття прямого контакту з аудиторією.

Д. Крістал у дослідженнях цифрової комунікації звертає увагу на те, що інтернет-мовлення часто поєднує ознаки усної та письмової мови [2, с. 86]. Саме тому онлайн-комунікація нерідко є більш емоційною, гнучкою та менш формальною. Ці особливості добре помітні й у громадянській журналістиці, де автори активно використовують розмовні конструкції, елементи неформального мовлення та різні способи залучення аудиторії до діалогу.

Варто також враховувати, що громадянська журналістика має не лише переваги, а й певні ризики. Висока швидкість поширення інформації не завжди означає її точність або перевіреність. Саме тому питання фактчекінгу, достовірності джерел та медіаграмотності залишаються важливими і для професійної, і для громадянської журналістики.

Отже, громадянська журналістика сьогодні є важливою частиною сучасного медіапростору. Її розвиток напряму пов'язаний із цифровими платформами, активністю аудиторії та зміною комунікаційних моделей у медіа. У цьому контексті особливий інтерес становлять соціальні мережі, зокрема TikTok, де поєднуються короткий формат контенту, активна взаємодія з користувачами та нові мовні практики цифрової комунікації.

1.3. TikTok як платформа створення журналістського контенту та формування мовленнєвих тенденцій

У сучасному цифровому медіапросторі соціальні платформи відіграють дедалі важливішу роль у процесах виробництва, поширення та сприйняття інформації. Вони вже давно перестали бути виключно каналами розваг або міжособистісного спілкування, перетворившись на повноцінне середовище функціонування журналістського, освітнього, суспільно-політичного та авторського контенту. Однією з платформ, що найбільш помітно вплинула на сучасні комунікаційні практики, став TikTok, який сьогодні активно інтегрується у сферу цифрової журналістики та громадянської комунікації.

Поява TikTok збіглася із загальною тенденцією до зростання популярності короткого відеоформату як одного з провідних способів споживання цифрового контенту. Згідно з даними *Reuters Institute Digital News Report 2024*, молоді користувачі дедалі частіше отримують інформацію саме через соціальні мережі та відеоплатформи, віддаючи перевагу швидкому, динамічному та візуально орієнтованому формату подачі [6]. Подібні тенденції спостерігаються і в українському медіасередовищі: дослідження *Детектора медіа* свідчать про зростання ролі цифрових платформ у формуванні інформаційного порядку денного та зміну моделей медіаспоживання серед молодіжної аудиторії [7].

У сучасному науковому дискурсі TikTok розглядають не лише як застосунок для створення коротких відео, а як алгоритмічно організовану цифрову екосистему, що формує власні правила видимості, популярності та взаємодії з контентом. Посилаючись на дослідження D. B. V. Kaye, X. Chen та J. Zeng, слід зазначити, що функціонування TikTok значною мірою ґрунтується на алгоритмічній персоналізації, яка впливає не лише на механізми поширення контенту, а й на способи його створення [12]. У таких умовах автори вимушені адаптувати власні комунікаційні стратегії до логіки платформи, орієнтуючись на швидкість привернення уваги користувача, емоційну виразність та високу динаміку подачі матеріалу.

Однією з ключових особливостей TikTok є його комунікаційна специфіка, безпосередньо пов'язана з коротким відеоформатом. На відміну від традиційних

журналістських жанрів, які передбачають розгорнуте висвітлення подій та детальне пояснення контексту, контент TikTok орієнтований на максимальну лаконічність, концентрацію змісту та швидке сприйняття інформації. Це зумовлює необхідність використання нових підходів до побудови повідомлення, де особливого значення набувають темп мовлення, візуальна динаміка, емоційний акцент і мовна експресія.

Попри репутацію розважальної платформи, TikTok останніми роками дедалі активніше використовується для створення журналістського та суспільно значущого контенту. На платформі функціонують авторські інформаційні проєкти, освітні акаунти, формати пояснювальної журналістики, медіаграмотні ініціативи, фактчекінговий контент та відео, присвячені суспільно важливим темам. У цьому контексті TikTok поступово перетворюється на один із інструментів громадянської журналістики, у межах якої інформаційне повідомлення адаптується до цифрових моделей споживання та інтерактивної взаємодії з аудиторією.

Досліджуючи специфіку цифрової культури TikTok, С. Abidin звертає увагу на роль так званої економіки видимості, у межах якої автори контенту змушені постійно підтримувати інтерес аудиторії та адаптувати власні стратегії самопрезентації до алгоритмічних механізмів платформи [13]. За таких умов мовне оформлення повідомлення стає одним із ключових інструментів ефективної комунікації, а спосіб подачі інформації нерідко впливає на сприйняття контенту не менше, ніж його змістове наповнення.

У контексті дослідження особливої уваги потребує вплив TikTok на формування сучасних мовленнєвих тенденцій. Аналізуючи особливості цифрової комунікації, Д. Крістал наголошує, що інтернет-середовище стимулює розвиток нових мовних моделей, які поєднують ознаки писемного та усного мовлення, характеризуються високим рівнем експресивності, мовної варіативності та прагненням до скорочення комунікативної дистанції між учасниками взаємодії [2, с. 84]. TikTok значною мірою посилює ці процеси, оскільки його формат передбачає поєднання усного мовлення, текстових вставок, візуального контенту, музичних елементів та інтерактивних реакцій аудиторії.

Досліджуючи мовні практики соціальних платформ, М. Zappavigna підкреслює, що сучасна мережева комунікація дедалі більше орієнтується на створення ефекту розмовної близькості, емоційної залученості та персоналізованої взаємодії [5]. Саме тому у середовищі TikTok активно використовуються елементи неформального мовлення, розмовні конструкції, меметичні вирази, сленг та жаргонні одиниці, які дозволяють авторам формувати впізнаваний стиль комунікації та підтримувати відчуття безпосереднього контакту з аудиторією.

Особливого значення ці тенденції набувають у контексті авторських журналістських та мовно-просвітницьких проєктів, де мовна стратегія виступає важливим елементом побудови взаємодії з користувачами. У таких форматах використання жаргону або інших форм неформальної лексики може виконувати функцію емоційного підсилення повідомлення, створення ефекту автентичності та адаптації складної інформації до особливостей цифрового середовища.

Таким чином, TikTok у сучасному медіапросторі виступає не лише платформою для розважального контенту, а й важливим середовищем функціонування журналістських, громадянських та просвітницьких практик. Його алгоритмічна логіка, короткий відеоформат, інтерактивний характер комунікації та орієнтація на персоналізовану взаємодію безпосередньо впливають на формування сучасних мовленнєвих тенденцій. У цьому контексті дослідження ролі жаргону та інших різновидів неформальної лексики у цифровому контенті набуває особливої актуальності для аналізу сучасної журналістської комунікації.

1.4. Роль неформальної лексики у цифровій комунікації та взаємодії з аудиторією

Розвиток цифрового медіасередовища суттєво вплинув не лише на способи створення та поширення контенту, а й на мовні моделі сучасної комунікації. Соціальні мережі, відеоплатформи, блоги та інтерактивні цифрові сервіси сформували умови, у яких комунікація дедалі більше орієнтується на швидкість сприйняття, емоційну виразність та персоналізовану взаємодію з аудиторією. Унаслідок цього особливого значення набуває неформальна лексика, яка активно функціонує у сучасному цифровому просторі та поступово інтегрується у журналістський, авторський і суспільно-комунікаційний контент.

У сучасному мовознавстві неформальну лексику розглядають як сукупність мовних одиниць, що перебувають поза межами строгих норм офіційно-ділового або літературного стилю та характеризуються високим рівнем експресивності, емоційного забарвлення і соціальної маркованості. До цієї категорії належать жаргонізми, сленгові елементи, розмовні конструкції, меметичні вирази та інші форми субстандартного мовлення. У сучасних медіа такі мовні засоби дедалі частіше використовуються не лише як стилістичний прийом, а і як важливий інструмент побудови комунікації з аудиторією.

Посилаючись на праці О. О. Тараненка, варто зазначити, що сучасне українське мовлення демонструє тенденцію до колоквіалізації, тобто активного проникнення елементів розмовної мови у публічний комунікаційний простір [17, с. 34]. Цей процес значною мірою пов'язаний із демократизацією комунікації, розвитком цифрового середовища та зміною стилістичних моделей сучасних медіа. У цифровій комунікації такі зміни проявляються особливо помітно, оскільки онлайн-платформи орієнтуються на більш невимушений стиль взаємодії та скорочення дистанції між автором і користувачем.

Важливою функцією неформальної лексики у цифровому просторі є створення ефекту комунікативної близькості. У середовищі соціальних мереж автори контенту часто прагнуть формувати враження безпосереднього діалогу з аудиторією, що стимулює використання мовних конструкцій, наближених до повсякденного спілкування. Аналізуючи особливості інтернет-комунікації, Д.

Крістал наголошує, що цифрове мовлення поєднує ознаки усної та писемної взаємодії, створюючи нові гібридні форми комунікації, для яких характерні мовна економія, емоційність та високий рівень персоналізації повідомлення [2, с. 84]. Саме цим значною мірою пояснюється активне використання неформального мовлення у сучасному цифровому контенті.

Окрім функції побудови комунікативної близькості, неформальна лексика виконує також експресивну функцію, підсилюючи емоційний вплив повідомлення. У цифровому медіапросторі, де користувач щоденно взаємодіє з великим обсягом інформації, здатність контенту швидко привертати увагу та викликати емоційну реакцію набуває особливого значення. Саме тому автори нерідко використовують стилістично знижені мовні одиниці, мовну гру, розмовні конструкції та жаргонні елементи як засіб підвищення виразності повідомлення.

Досліджуючи специфіку мережевої комунікації, М. Zappavigna підкреслює, що сучасні соціальні платформи дедалі більше орієнтуються на створення ефекту розмовної присутності та інтерактивної взаємодії між учасниками комунікації [5, р. 41]. У такому середовищі мовне оформлення контенту стає важливим інструментом підтримання уваги аудиторії та формування впізнаваного авторського стилю. Використання жаргону, сленгу або інших форм неформальної лексики може допомагати авторам формувати відчуття автентичності, наближати контент до мовних практик цільової аудиторії та посилювати інтерактивний характер цифрового спілкування.

Особливого значення ці тенденції набувають у межах TikTok, де алгоритмічна логіка платформи та короткий відеоформат безпосередньо впливають на способи мовного оформлення контенту. У такому середовищі автори часто прагнуть використовувати зрозумілу, динамічну та емоційно насичену мову, здатну швидко утримувати увагу користувача. Саме тому у TikTok-контенті активно функціонують розмовні конструкції, меметичні вирази, жаргонізми та інші форми неформального мовлення, які сприяють формуванню ефекту невимушеної взаємодії між автором та аудиторією.

Водночас активне використання неформальної лексики у цифровій комунікації породжує і певні комунікативні ризики. Надмірне використання

жаргону, неврахування контексту повідомлення або особливостей цільової аудиторії можуть негативно впливати на зрозумілість контенту, рівень довіри до автора та загальну комунікативну ефективність повідомлення. У сфері журналістики ця проблема набуває особливого значення, оскільки автору необхідно підтримувати баланс між доступністю мовлення, емоційною виразністю та дотриманням принципу комунікативної доречності.

Посилаючись на дослідження Л. Ставицької, слід зазначити, що жаргонні одиниці виконують не лише експресивну, а й соціально-ідентифікаційну функцію, відображаючи належність до певного мовного, культурного або комунікативного середовища [16]. У цифрових медіа ця особливість набуває нового значення, оскільки мовлення дедалі частіше стає інструментом самопрезентації, формування авторського образу та побудови взаємодії з користувачами.

Таким чином, неформальна лексика у сучасному цифровому просторі виконує важливу роль у процесах комунікації та взаємодії з аудиторією. Вона сприяє персоналізації контенту, посиленню емоційної виразності повідомлення, формуванню комунікативної близькості та підтриманню інтерактивного характеру цифрового спілкування. Водночас ефективність використання жаргону та інших форм субстандартного мовлення значною мірою залежить від контексту комунікації, платформи поширення та рівня мовної доречності. Саме ці аспекти становлять важливе підґрунтя для подальшого аналізу використання жаргону у ТікТок-проєкті «Доречність мовлення», що розглядатиметься у наступному розділі дослідження.

Висновки до розділу 1

У першому розділі дипломної роботи було досліджено теоретичні засади використання жаргону в громадянській журналістиці та цифрових медіа, проаналізовано особливості функціонування субстандартної лексики у сучасному комунікаційному середовищі, визначено роль цифрових платформ у трансформації мовленнєвих практик та окреслено значення неформальної лексики у процесах взаємодії між автором контенту й аудиторією.

У процесі дослідження встановлено, що жаргон є важливим різновидом субстандартної лексики, який характеризується соціальною маркованістю, експресивністю, неформальністю та здатністю адаптуватися до змін комунікаційного середовища. Аналіз наукових підходів до вивчення жаргону дозволив визначити його не лише як мовне явище, а і як інструмент соціальної ідентифікації, емоційного впливу та комунікативної взаємодії. У сучасному медійному просторі жаргонні одиниці дедалі частіше виходять за межі вузькогрупового вживання та інтегруються у цифровий контент, журналістські практики й мережеве спілкування.

Дослідження громадянської журналістики засвідчило, що її розвиток безпосередньо пов'язаний із процесами цифровізації комунікації, поширенням соціальних платформ та трансформацією ролі аудиторії у виробництві інформаційного контенту. У сучасному медіапросторі громадянська журналістика функціонує як форма комунікації, що поєднує відкритість цифрових інструментів, інтерактивність, мультимедійність та активну участь користувачів у створенні суспільно значущого контенту. Встановлено, що у межах таких комунікаційних практик важливого значення набувають персоналізований стиль мовлення, елементи неформальної комунікації та адаптація інформаційного повідомлення до логіки цифрового середовища.

Теоретичний аналіз функціонування TikTok показав, що сучасна платформа короткого відеоконтенту сьогодні виконує не лише розважальну, а й комунікаційну, інформаційну та просвітницьку функції. Алгоритмічна логіка платформи, короткий відеоформат, орієнтація на інтерактивність та персоналізацію контенту формують специфічні умови для створення

журналістських і громадянських медіапроектів. Установлено, що TikTok активно впливає на формування сучасних мовленнєвих тенденцій, сприяє поширенню неформального стилю комунікації та розвитку нових моделей цифрового мовлення.

Окрему увагу в межах розділу приділено ролі неформальної лексики у цифровій комунікації. Доведено, що використання розмовних конструкцій, сленгу, жаргонізмів та інших елементів субстандартного мовлення у цифровому контенті може виконувати низку важливих функцій: посилювати емоційний вплив повідомлення, скорочувати комунікативну дистанцію між автором і аудиторією, формувати ефект автентичності та підтримувати інтерактивний характер взаємодії. Водночас встановлено, що ефективність використання неформальної лексики значною мірою залежить від комунікативного контексту, особливостей цільової аудиторії, специфіки цифрової платформи та рівня мовної доречності.

Отже, проведений теоретичний аналіз дозволяє стверджувати, що жаргон у сучасних цифрових медіа є не лише мовним явищем, а важливим інструментом комунікації, тісно пов'язаним із розвитком громадянської журналістики, цифрових платформ та нових моделей взаємодії з аудиторією. Теоретичні положення, сформульовані у першому розділі, створюють необхідне наукове підґрунтя для подальшого аналізу практичних аспектів використання жаргону в TikTok-проекті «Доречність мовлення», його концепції, мовних стратегій та комунікативної ефективності у цифровому середовищі.

РОЗДІЛ II

СТВОРЕННЯ ТІКТОК-ПРОЄКТУ «ДОРЕЧНІСТЬ МОВЛЕННЯ»: ЖАРГОН ЯК ІНСТРУМЕНТ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

2.1. Концепція, ідея та цільова аудиторія TikTok-проєкту «Доречність мовлення»

TikTok сьогодні є однією з найпопулярніших платформ короткого відеоконтенту, яка використовується не лише для розваг, а й для освітньої, інформаційної та суспільної комунікації. Молодіжна аудиторія дедалі частіше споживає інформацію саме через короткі відеоформати та соціальні мережі [8]. Це створює нові можливості для громадянської журналістики, пояснювального контенту та популяризації складних тем у доступному форматі.

TikTok-проєкт «Доречність мовлення» був створений як практичний медіапроєкт, присвячений темі жаргону у сучасному цифровому середовищі та громадянській журналістиці. Ідея проєкту виникла через спостереження за тим, наскільки активно неформальна лексика використовується у соціальних мережах, блогерському контенті, медіа та повсякденній онлайн-комунікації. Сьогодні жаргон можна побачити не лише у неформальному спілкуванні, а й у матеріалах журналістів, відео контент-креаторів, політичній комунікації та громадянському медіаконтенті.

Основною метою проєкту стало пояснення теми жаргону для широкої аудиторії та демонстрація того, як неформальна лексика функціонує у просторі громадянської журналістики. Важливою частиною проєкту було прагнення показати, що використання жаргону не завжди є негативним або помилковим явищем. У певних комунікаційних ситуаціях така лексика може допомагати встановлювати ближчий контакт із аудиторією, робити повідомлення зрозумілішими або адаптувати контент до специфіки цифрової платформи [19]. Водночас надмірна жаргонізація мовлення або недоречне використання неформальної лексики здатні впливати на рівень довіри до автора та змінювати сприйняття інформації.

У межах практичної реалізації було створено 6 відео, тривалість яких становила від 30 до 60 секунд. Така тривалість була обрана з урахуванням

специфіки TikTok, де важливу роль відіграють швидка подача інформації, динаміка та здатність утримати увагу користувача протягом короткого часу [10].

Контент проєкту був структурований за кількома тематичними рубриками.

Перша рубрика — «Пояснення жаргонних слів» — була присвячена розбору окремих жаргонізмів, які активно функціонують у сучасному цифровому просторі. У відео пояснювалися значення слів, особливості їхнього використання та контексти, у яких вони можуть бути доречними або недоречними. Під час підготовки матеріалу враховувалися дослідження української жаргонної лексики, зокрема праці Л. Ставицької [20].

Друга рубрика — «Доречно / недоречно» — будувалася навколо аналізу комунікаційних ситуацій, у яких використання жаргону може по-різному впливати на сприйняття контенту. Наприклад, окремо розглядалися випадки використання жаргонної лексики у дружньому спілкуванні, блогерському контенті, журналістських матеріалах або суспільно-політичній комунікації.

Окремий напрям проєкту був пов'язаний із темою «Жаргон у журналістиці». У цих відео увага приділялася тому, як неформальна лексика використовується у сучасному медійному середовищі, чому деякі автори свідомо обирають розмовний стиль комунікації та як це впливає на взаємодію з аудиторією. Така тема безпосередньо пов'язана з процесами колоквіалізації сучасної мови медіа, про які пише О. Тараненко [21].

Ще одна рубрика стосувалася професійного жаргону, який із часом став частиною ширшого суспільного мовлення. У межах цієї теми аналізувалися слова та вирази, які спочатку використовувалися у професійних або спеціалізованих середовищах, але поступово стали зрозумілими широкій аудиторії через медіа, соціальні мережі та публічну комунікацію.

Формат відео був адаптований до особливостей TikTok-платформи. Усі ролики побудовані за принципом говоріння у кадрі, де основний матеріал пояснюється безпосередньо автором. Для візуального підсилення контенту використовувалися текстові вставки, субтитри, скріншоти із соціальних мереж та додаткові текстові акценти, які допомагали структурувати інформацію та робили контент зрозумілішим для глядача. Такий підхід відповідає особливостям сучасної

цифрової комунікації, де поєднуються усний, письмовий та візуальний способи подачі інформації [4].

Під час розробки стилістики комунікації важливо було знайти баланс між аналітичністю та доступністю матеріалу. Надто академічна подача могла б виглядати неприродно у TikTok-середовищі, тому тексти адаптовувалися під більш живу, динамічну та зрозумілу модель мовлення. Водночас проєкт не орієнтувався виключно на розважальний формат — його завданням залишалося пояснення мовних явищ та аналіз ролі жаргону у сучасній цифровій комунікації.

Цільовою аудиторією проєкту стали користувачі віком приблизно від 16 до 30 років — активні споживачі короткого відеоконтенту, студенти, старшокласники, молоді спеціалісти та користувачі соціальних мереж. Саме ця аудиторія найбільш активно взаємодіє з цифровими платформами, мовними трендами та новими форматами онлайн-комунікації [11]. Крім того, дослідники *participatory culture* звертають увагу на те, що молоді користувачі дедалі частіше виступають не лише споживачами, а й співтворцями медіаконтенту [5; 6].

Таким чином, TikTok-проєкт «Доречність мовлення» поєднує пояснювальний контент, елементи громадянської журналістики та дослідження сучасних мовних практик. Його концепція базується на прагненні зробити тему жаргону зрозумілішою для цифрової аудиторії та показати роль неформальної лексики у сучасному медійному середовищі.

2.2. Процес створення відеоконтенту для TikTok-проєкту «Доречність мовлення»

Робота над TikTok-проєктом «Доречність мовлення» охоплювала кілька етапів: вибір тем, підготовку сценаріїв, написання текстів, зйомку, монтаж і адаптацію контенту під особливості платформи. Оскільки проєкт поєднує тему жаргону, цифрової комунікації та громадянської журналістики, важливо було не лише правильно подати матеріал, а й адаптувати його до короткого відеоформату TikTok.

Першим етапом стала розробка тем для майбутніх відео. Темі формувалися на основі власних спостережень за мовленням у цифровому середовищі, аналізу популярних жаргонізмів у соціальних мережах, прикладів із новинного контенту, коментарів користувачів, мовних трендів і мемної культури. Такий підхід дозволив орієнтуватися не лише на теоретичний матеріал, а й на реальні мовні процеси, які активно функціонують у сучасному онлайн-просторі [20]. Важливим критерієм під час відбору тем була можливість пояснити явище коротко, зрозуміло і без втрати змісту.

Контент проєкту був структурований за кількома рубриками: пояснення жаргонних слів, «доречно / недоречно», жаргон у журналістиці та професійний жаргон, який став загальнонаціональним. Такий поділ дозволив уникнути однотипності контенту й водночас показати різні аспекти функціонування жаргону у цифровій комунікації.

Після вибору теми розпочинався етап підготовки сценарію. Через коротку тривалість відео — від 30 до 60 секунд — структура сценарію мала бути максимально лаконічною. Найчастіше використовувалася модель: слово або мовне явище → пояснення значення → приклад використання → висновок щодо доречності чи особливостей вживання. Така схема допомагала швидко перейти до суті теми та не перевантажувати відео надмірною теоретичною інформацією.

Тексти для відео переважно створювалися у Microsoft Word. Для частини роликів прописувався повний текст із чіткою послідовністю реплік, однак у деяких випадках використовувався короткий план або набір тез, які доповнювалися

безпосередньо під час запису. Такий формат роботи дозволяв зберігати більш природну інтонацію мовлення та уникати надмірно «зачитаного» стилю подачі.

Окремою складністю під час написання текстів стала необхідність адаптувати дослідницьку тему до короткого формату TikTok. Одним із головних викликів було спрощення теоретичного матеріалу без втрати змісту. Також важливо було знайти баланс між академічністю теми й комунікаційними особливостями платформи. Надто науковий стиль міг зробити контент складним для сприйняття, тоді як надмірне спрощення ризикувало зменшити аналітичну цінність проекту.

Зйомки відео проводилися на телефон у вертикальному форматі, що відповідає стандартам TikTok-контенту. Основний формат відео — говоріння у кадрі, де матеріал пояснюється безпосередньо автором. Така модель подачі була обрана через її відповідність стилю платформи та можливість вибудовувати більш персоналізовану комунікацію з аудиторією [11].

Після запису матеріалу розпочинався монтажний етап. Для монтажу використовувалися Canva, TikTok Editor та окремі мобільні інструменти редагування відео. Під час роботи основна увага приділялася темпу подачі, логіці переходів між фрагментами та візуальному утриманню уваги користувача.

Важливу роль у проєкті відіграло візуальне оформлення контенту. Для відео використовувалися текстові акценти, скріншоти із TikTok, Instagram та медійних матеріалів, які допомагали підсилити аргументацію або наочно продемонструвати приклади використання жаргонної лексики. Крім того, текстові вставки допомагали структурувати інформацію та робили контент зручнішим для мобільного перегляду. Подібне поєднання усної подачі, тексту та візуальних елементів відповідає сучасним особливостям цифрової комунікації, де активно взаємодіють різні способи передачі інформації [4].

Під час створення контенту також враховувалися особливості алгоритмів TikTok. Для адаптації відео під платформу використовувалися короткі речення, хештеги, трендові звуки та питання для коментарів, які стимулювали взаємодію з аудиторією. Важливим було не лише передати зміст теми, а й утримати увагу користувача протягом усього перегляду. Дослідження TikTok показують, що

алгоритмічне просування контенту значною мірою залежить від рівня взаємодії користувачів, часу перегляду та активності аудиторії [10].

Окремі труднощі виникали й на етапі монтажу та адаптації контенту. Через короткий формат відео складно було вкласти повноцінне пояснення теми у 30–60 секунд, зберігши логіку викладу та достатню кількість прикладів. Додатковим викликом залишався баланс між пояснювальною функцією проєкту та комунікаційними особливостями TikTok, який орієнтується на швидке, динамічне й максимально доступне споживання контенту.

Отже, процес створення відеоконтенту для проєкту «Доречність мовлення» поєднував дослідницьку роботу з практичними вимогами цифрового медіавиробництва. Вибір тем, підготовка сценаріїв, написання текстів, зйомка, монтаж та адаптація під алгоритми TikTok стали взаємопов'язаними етапами створення контенту, орієнтованого на сучасну цифрову аудиторію.

2.3. Практика використання жаргону у створенні відеоматеріалів проекту

Практична частина TikTok-проекту «Доречність мовлення» була побудована навколо аналізу жаргонної лексики, яка активно функціонує у сучасному українському медіапросторі, громадянській журналістиці та цифровій комунікації. У створених відеоматеріалах жаргон розглядався не лише як мовне явище, а і як інструмент комунікації, здатний впливати на стиль подачі інформації, емоційне сприйняття контенту та взаємодію з аудиторією.

Одним із перших відео проекту став матеріал, присвячений слову «бавовна». У ролик аналізувалося походження цього жаргонізму та його трансформація від помилки автоматичного перекладу до одного з найвідоміших елементів українського воєнного цифрового дискурсу. У сценарії «бавовна» розглядається не просто як мем або жарт, а як приклад іронічного переосмислення пропагандистського мовлення. У громадянській журналістиці та соціальних мережах це слово почало виконувати одразу кілька функцій: зниження панічних настроїв, створення спільного комунікаційного коду та іронічне дистанціювання від російської пропаганди. Водночас у відео окремо порушувалося питання доречності використання такого слова у серйозних журналістських жанрах, зокрема новинних повідомленнях чи репортажах.

Інше відео було присвячене слову «орки», яке активно використовується в українському інформаційному просторі після початку повномасштабної війни. У проекті цей приклад розглядався як форма метафоричного жаргону. У сценарії наголошувалося, що слово виконує не лише емоційну, а й символічну функцію: воно допомагає позначити межу між «своїми» та «чужими», формує емоційне ставлення до подій і відображає особливості воєнної комунікації. При цьому у відео порівнювалося використання слова «орки» у блогерському та громадянському контенті з офіційним журналістським мовленням, де частіше використовуються нейтральніші назви на кшталт «окупанти» або «російські військові». Такий приклад демонструє різницю між інституційною журналістикою та більш емоційною цифровою комунікацією [1].

У межах рубрики «Доречно / недоречно» аналізувалися жаргонізми «мінуснули», «задвохсотили», «на нулі», а також використання слова «орки» у різних комунікаційних ситуаціях. Основний акцент був зроблений на питанні контексту. У відео підкреслювалося, що одна й та сама лексика може по-різному сприйматися залежно від жанру, платформи та комунікаційної мети. Наприклад, для TikTok-контенту, Telegram-каналів або авторської громадянської журналістики подібна лексика часто виконує функцію емоційного зближення з аудиторією та створення ефекту «спільної мови». Проте в офіційному мовленні, аналітичних матеріалах або новинних повідомленнях надмірне використання таких слів може негативно впливати на відчуття професійності та достовірності матеріалу [3].

Окремий відеоматеріал був присвячений темі надмірного використання жаргону у журналістському контенті. У сценарії використовувалися приклади молодіжного сленгу — «хайп», «треш», «кароч», «тіпи». Основна ідея цього відео полягала у тому, що жаргон може працювати як ефективний інструмент комунікації лише тоді, коли він доречно вписується у тему та стиль матеріалу. Надмірна кількість сленгових конструкцій у серйозних темах, наприклад у матеріалах про корупцію, військові втрати або суспільно важливі проблеми, здатна знизити рівень довіри до автора та створити враження штучної «своїховості». Подібні тенденції частково співвідносяться з процесами колоквіалізації сучасного медійного мовлення, про які пише О. Тараненко [22].

Ще один ролик був присвячений слову «прильот», яке широко використовується у воєнному інформаційному просторі. У сценарії це слово розглядалося як приклад дискусійної мовної одиниці, щодо якої існують різні позиції в медіасередовищі. У проєкті порушувалося питання мовної відповідальності громадянських журналістів та важливості свідомого добору лексики. Альтернативними варіантами у відео пропонувалися слова «влучання», «удар», «обстріл», які більше відповідають нормам українського мовлення. Такий приклад демонструє, що громадянська журналістика працює не лише зі швидкістю передачі інформації, а й із формуванням мовних практик аудиторії [4].

Останнє проаналізоване відео стосувалося іронічного переосмислення російських пропагандистських штампів — «аналоговнет», «жест доброї волі»,

«отрицательное наступление», «бавовна». У межах сценарію ці слова трактувалися як приклад мовної адаптації та іронічного спротиву. Їх використання у громадянській журналістиці та цифровому контенті допомагає не лише висміювати пропагандистські повідомлення, а й створювати механізми психологічного розвантаження для аудиторії. У цьому випадку жаргон виконує не лише комунікаційну, а й соціально-психологічну функцію.

Аналіз сценаріїв показує, що у проєкті «Доречність мовлення» жаргонна лексика виконувала кілька функцій одночасно. По-перше, вона використовувалася як інструмент спрощення складних тем та адаптації пояснень до короткого ТікТок-формату. По-друге, жаргон допомагав створювати ближчу комунікацію з аудиторією, використовуючи зрозумілі для користувачів цифрового середовища мовні моделі. По-третє, окремі жаргонізми виконували емоційну та іронічну функцію, що особливо помітно у воєнному дискурсі та громадянській журналістиці [2].

Водночас аналіз проєкту показав, що використання жаргону в журналістській комунікації потребує відчуття межі між доступністю та професійністю. Саме тому у відеоматеріалах проєкту не лише демонструвалися приклади жаргонної лексики, а й порушувалося питання доречності її використання залежно від жанру, теми та комунікаційного контексту.

Отже, практика створення ТікТок-проєкту «Доречність мовлення» показала, що жаргон може бути ефективним інструментом громадянської журналістики, цифрової комунікації та пояснювального контенту. Водночас його використання потребує свідомого підходу, оскільки саме контекст визначає, чи працюватиме така лексика на користь комунікації, чи, навпаки, послаблюватиме професійне сприйняття матеріалу.

2.4. Аналіз результатів реалізації проєкту та взаємодії з аудиторією

Після створення та публікації відеоматеріалів TikTok-проєкту «Доречність мовлення» було проаналізовано реакцію аудиторії на запропонований контент. Основною метою цього етапу стало визначення рівня зацікавленості користувачів тематикою проєкту, а також оцінка ефективності обраної мовної стратегії.

Для поширення контенту було створено окремий TikTok-акаунт «Доречність мовлення», у якому публікувалися відеоматеріали про особливості використання жаргону в сучасному медіапросторі. Загальний вигляд профілю проєкту представлено на рис. 2.1.



Рис. 2.1. Профіль TikTok-проєкту «Доречність мовлення»

У межах проєкту було опубліковано шість відеороликів, присвячених різним аспектам використання жаргону в громадянській журналістиці та цифровій комунікації. Тематика відео охоплювала походження та значення окремих жаргонізмів, доречність їх використання у медіа, особливості воєнного жаргону та вплив неформальної лексики на сучасне мовлення. Стрічку опублікованих відеоматеріалів представлено на рис. 2.2.

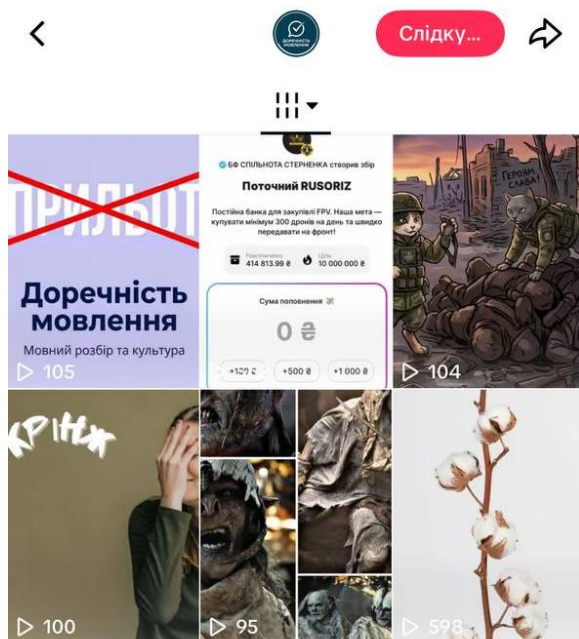


Рис. 2.2. Стрічка відеоматеріалів TikTok-проєкту «Доречність мовлення»

Аналіз статистики показав, що кількість переглядів відео коливалася від 95 до 598. Для нового тематичного акаунта, створеного в межах бакалаврського проєкту, такі показники свідчать про наявність інтересу до запропонованої тематики. Найбільшу кількість переглядів отримало відео, присвячене слову «бавовна» — 598 переглядів. Крім того, цей матеріал отримав 10 вподобань, 4 коментарі, 1 збереження та 1 поширення. Статистику найуспішнішого відео проєкту представлено на рис. 2.3.

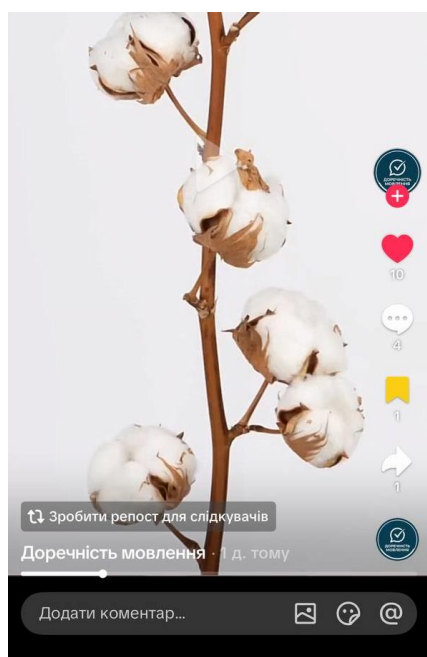


Рис. 2.3. Статистика відео «Бавовна» на платформі TikTok

Популярність саме цього відео можна пояснити тим, що слово «бавовна» стало одним із найвідоміших прикладів сучасного воєнного жаргону та активно використовується в українському інформаційному просторі. У ролику було поєднано пояснення походження слова, аналіз його значення та приклади використання у медіа. Такий формат виявився зрозумілим для аудиторії та викликав більший інтерес порівняно з іншими темами проєкту.

Інші відеоматеріали набрали від 95 до 105 переглядів. Хоча ці показники є скромнішими, вони демонструють стабільний інтерес користувачів до тематики мовної культури та жаргонної лексики. Важливо зазначити, що всі відео були створені без використання рекламного просування, тому отримані результати є наслідком органічного охоплення аудиторії через алгоритми платформи TikTok.

Окрему увагу варто звернути на показники взаємодії. Частина відео отримала збереження та коментарі, що свідчить про залучення аудиторії до контенту. Використання запитань наприкінці роликів сприяло формуванню діалогу з користувачами та стимулювало їх висловлювати власну думку щодо доречності використання окремих жаргонізмів. Подібний підхід відповідає специфіці TikTok як платформи, де важливу роль відіграє не лише перегляд контенту, а й взаємодія між автором та аудиторією.

Під час аналізу результатів стало помітно, що найбільше зацікавлення викликали відео, пов'язані з воєнним дискурсом і мовними змінами, які відбулися після початку повномасштабного вторгнення. Це свідчить про актуальність теми для сучасної української аудиторії та підтверджує, що мовні явища можуть бути предметом суспільного інтересу нарівні з іншими інформаційними темами.

Важливим результатом реалізації проєкту стало також підтвердження того, що TikTok може використовуватися не лише як розважальна платформа, а й як інструмент популяризації мовознавчих і журналістських тем. Короткий відеоформат дозволяє доступно пояснювати складні поняття, а поєднання прикладів із сучасного медіапростору та зрозумілої подачі сприяє кращому сприйняттю інформації.

Отже, результати реалізації проєкту «Доречність мовлення» свідчать про наявність інтересу аудиторії до тематики жаргону та культури мовлення.

Найбільшу увагу користувачів привернули матеріали, пов'язані з воєнним жаргоном, зокрема відео про слово «бавовна». Отримані показники підтверджують доцільність використання TikTok для створення пояснювального контенту та демонструють потенціал платформи для реалізації журналістських і просвітницьких проєктів.

Висновки до розділу II

У другому розділі було представлено процес створення та практичної реалізації ТікТок-проєкту «Доречність мовлення», присвяченого дослідженню жаргону як інструменту громадянської журналістики та цифрової комунікації.

У ході роботи було розроблено концепцію проєкту, визначено його мету, формат, тематичні рубрики та цільову аудиторію. Основною ідеєю проєкту стало пояснення ролі жаргонної лексики у сучасному медійному просторі та аналіз її функціонування у громадянській журналістиці. Цільовою аудиторією було визначено користувачів соціальних мереж віком від 16 до 30 років — активних споживачів короткого відеоконтенту та учасників сучасного цифрового комунікаційного середовища.

У межах практичної частини проєкту було створено шість відеороликів тривалістю від 30 до 60 секунд. Контент будувався навколо кількох тематичних напрямів: пояснення жаргонних слів, аналіз доречності використання неформальної лексики, особливості жаргону в журналістиці та вплив воєнного мовлення на сучасну цифрову комунікацію. Під час роботи над відео було використано формат говоріння у кадрі, текстові акценти, скріншоти із соціальних мереж та медійних матеріалів, що дозволило адаптувати складну тему до особливостей ТікТок-платформи.

У процесі створення контенту було проаналізовано особливості короткого відеоформату, сценарної побудови, монтажу та адаптації матеріалу до алгоритмів ТікТок. Практична реалізація показала, що одним із найбільших викликів є необхідність поєднання аналітичної складової з вимогами короткого цифрового контенту. Складність полягала у спрощенні теоретичного матеріалу без втрати змісту, а також у пошуку балансу між академічністю теми та динамічним стилем платформи.

Окрема увага у розділі була приділена аналізу практики використання жаргону у створених відеоматеріалах. Дослідження показало, що жаргонна лексика у межах проєкту виконувала кілька функцій: пояснювальну, емоційну, іронічну, комунікативну та функцію зближення з аудиторією. На прикладі слів «бавовна», «орки», «прильот», «мінуснули», «хайп» та інших жаргонізмів було

продемонстровано, що значення та доречність такої лексики безпосередньо залежать від жанру, контексту та комунікаційної мети матеріалу.

Практична реалізація TikTok-проєкту «Доречність мовлення» підтвердила, що короткий відеоформат може бути ефективним інструментом популяризації мовних і медійних тем серед користувачів соціальних мереж. Аналіз статистики показав наявність інтересу аудиторії до запропонованого контенту, а найбільшу кількість переглядів отримало відео про слово «бавовна», що засвідчило актуальність тем, пов'язаних із воєнним дискурсом та сучасними мовними змінами. Отримані результати свідчать про перспективність використання TikTok для реалізації журналістських і просвітницьких проєктів та підтверджують важливість продуманої мовної стратегії під час взаємодії з цифровою аудиторією.

ВИСНОВКИ

Під час виконання бакалаврської роботи було досліджено роль жаргону у сучасній цифровій комунікації та громадянській журналістиці, а також створено власний TikTok-проект «Доречність мовлення», присвячений аналізу неформальної лексики у медіапросторі.

Теоретична частина роботи дала можливість розглянути жаргон не лише як мовне явище, а як важливий елемент сучасної комунікації. Сьогодні він активно функціонує у соціальних мережах, медіа, блогерському контенті та повсякденному онлайн-спілкуванні. Жаргонні слова допомагають зробити повідомлення емоційнішим, створити відчуття ближчого контакту з аудиторією та адаптувати складні теми до більш доступної форми подачі. Водночас їх використання не завжди є однозначно позитивним, адже багато залежить від контексту, теми матеріалу та комунікаційної ситуації.

Окрему увагу в роботі було приділено громадянській журналістиці та цифровим платформам. Сучасний медіапростір показує, що аудиторія вже давно не виконує лише роль споживача інформації. Користувачі самостійно створюють контент, коментують події, поширюють новини та формують власні комунікаційні практики. У таких умовах важливими стають не тільки достовірність інформації, а й стиль комунікації, зрозуміла мова та здатність автора вибудувувати взаємодію з аудиторією.

У роботі також розглянуто TikTok як платформу для журналістського та пояснювального контенту. Попри репутацію розважальної соцмережі, сьогодні TikTok активно використовується для освітніх, інформаційних та суспільних проєктів. Короткий відеоформат, швидкий темп подачі та висока інтерактивність змушують авторів адаптовувати не лише зміст, а й мовну стратегію контенту до особливостей цифрового середовища.

Практична частина дослідження була пов'язана зі створенням TikTok-проекту «Доречність мовлення». У межах роботи було підготовлено шість відео тривалістю від 30 до 60 секунд, присвячених жаргону у громадянській журналістиці, воєнному дискурсі та цифровій комунікації. Темі відео обиралися

на основі власних спостережень, аналізу соціальних мереж, медійного контенту, популярних мовних трендів і сучасних комунікаційних практик.

Практична робота над проєктом дозволила краще зрозуміти специфіку створення короткого відеоконтенту. Найскладнішим завданням стало поєднання аналітичної складової з вимогами TikTok-формату. Потрібно було скоротити обсяг теоретичного матеріалу, зберегти зміст, уникнути надто академічного стилю та водночас не перетворити пояснення на поверхневий розважальний контент.

Аналіз результатів реалізації проєкту показав, що запропонований формат контенту викликає інтерес у користувачів TikTok. Опубліковані відео отримали від 95 до 598 переглядів, а також вподобання, коментарі, збереження та поширення. Найбільшу увагу аудиторії привернуло відео про слово «бавовна», що свідчить про зацікавленість користувачів темами воєнного жаргону та сучасних мовних трансформацій. Отримані результати підтверджують, що навіть вузькоспеціалізований мовний контент може знаходити свою аудиторію за умови правильно обраного формату та способу подачі матеріалу.

Створення проєкту «Доречність мовлення» показало, що TikTok має потенціал не лише як розважальна платформа, а й як простір для журналістських, освітніх і мовно-просвітницьких форматів. Коротке відео може бути ефективним способом пояснення складних тем, якщо знайти баланс між змістовністю, зрозумілою подачею та особливостями цифрової аудиторії.

Отже, поставлена мета роботи була досягнута. Дослідження показало, що жаргон у сучасному цифровому середовищі може виступати дієвим інструментом громадянської журналістики, але його ефективність значною мірою залежить від доречності використання, комунікаційного контексту та мовної стратегії автора.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Allan S. *Citizen Journalism: Global Perspectives*. New York : Peter Lang Publishing, 2019. 312 p.
2. Abidin C. Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours // *Cultural Science Journal*. 2021. Vol. 13, № 1. P. 77–88.
3. Bowman S., Willis C. *We Media: How Audiences Are Shaping the Future of News and Information*. Reston : The Media Center at the American Press Institute, 2003. 66 p.
4. Bruns A. *Gatewatching and News Curation: Journalism, Social Media, and the Public Sphere*. New York : Peter Lang, 2018. 372 p.
5. Burgess J., Green J. *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. 2nd ed. Cambridge : Polity Press, 2018. 180 p.
6. Campbell V. Theorizing Citizenship in Citizen Journalism // *Digital Journalism*. 2015. Vol. 3, № 5. P. 704–719.
7. Carlson M., Lewis S. C. *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation*. London : Routledge, 2019. 256 p.
8. Couldry N., Hepp A. *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge : Polity Press, 2017. 290 p.
9. Crystal D. *Language and the Internet*. 2nd ed. Cambridge : Cambridge University Press, 2019. 304 p.
10. Fairclough N. *Media Discourse*. London : Edward Arnold, 1995. 214 p.
11. Hermida A. *Tell Everyone: Why We Share and Why It Matters*. Toronto : Doubleday Canada, 2014. 304 p.
12. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Updated ed. New York : New York University Press, 2016. 352 p.
13. Jenkins H., Purushotma R., Clinton K., Weigel M., Robison A. *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Cambridge : MIT Press, 2009.

14. Kaye D. B. V., Chen X., Zeng J. The Co-Evolution of Two Chinese Mobile Short Video Apps: Parallel Platformization of Douyin and TikTok // *Mobile Media & Communication*. 2021. Vol. 9, № 2. P. 229–253.

15. Le Compte D., Klug D. “It’s Viral!”: A Study of the Behaviors, Practices, and Motivations of TikTok Social Activists. 2021. URL: <https://arxiv.org/abs/2106.08813> (дата звернення: 02.06.2026).

16. Marwick A. *Status Update: Celebrity, Publicity and Branding in the Social Media Age*. New Haven : Yale University Press, 2013. 440 p.

17. McQuail D. *McQuail’s Media and Mass Communication Theory*. 7th ed. London : Sage Publications, 2020. 640 p.

18. Medina Serrano J. C., Papakyriakopoulos O., Hegelich S. Dancing to the Partisan Beat: A First Analysis of Political Communication on TikTok. 2020. URL: <https://arxiv.org/abs/2004.05478> (дата звернення: 02.06.2026).

19. Milner R. M. *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*. Cambridge : MIT Press, 2016.

20. Papacharissi Z. *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford : Oxford University Press, 2015. 240 p.

21. Reuters Institute Digital News Report 2024. Oxford : Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, 2024. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024> (дата звернення: 16.06.2025).

22. Singer J. B., Hermida A., Domingo D., Heinonen A., Paulussen S., Quandt T., Reich Z., Vujnovic M. *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*. Malden : Wiley-Blackwell, 2011. 320 p.

23. Van Dijck J. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford : Oxford University Press, 2013. 240 p.

24. Zappavigna M. *Searchable Talk: Hashtags and Social Media Metadiscourse*. London : Bloomsbury Academic, 2018. 240 p.

25. Детектор медіа. *Українці та медіаспоживання: аналітичний звіт*. 2024. URL: <https://detector.media> (дата звернення: 16.06.2025).

26. Левченко Т. М. Соціолектизми в мові сучасних засобів комунікації // *Закарпатські філологічні студії*. 2021. Вип. 19. Т. 1. С. 116–121.
27. Левченко Т. М. Стилiстично знижена лексика в мові засобів масової комунікації // *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип. 27. Т. 3. С. 50–54.
28. Навальна М. І. *Динаміка лексику української періодики початку ХХІ століття*. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2011. 328 с.
29. Польовик Д. В. Сленг як засіб увиразнення текстів сучасних засобів масової комунікації // *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Вип. 23. Т. 2. С. 47–52.
30. Ставицька Л. *Український жаргон : словник*. Київ : Критика, 2005. 496 с.
31. Тараненко О. О. Колоквіалізація, субстантизація та вульгаризація як характерні явища стилістики сучасної української мови // *Мовознавство*. 2002. № 4–5. С. 33–39.