

Шаповалова Г. В.

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

МОВНОСТИЛЬОВІ ПОШУКИ В УКРАЇНСЬКІЙ ТІКТОК-ЖУРНАЛІСТИЦІ

У статті досліджено мовностильові особливості української TikTok-журналістики на матеріалі відеоконтенту «BBC News Україна» та «Української правди» (2025 р.). Проаналізовано ключові функції, архітектоніку й стилістичні риси коротких журналістських відео в соціальній мережі «TikTok». З'ясовано, що специфіка платформи зумовлює трансформацію традиційної структури журналістського тексту, зміну принципів подання інформації та переорієнтацію на візуально-емоційні способи комунікації. Визначено ключові мовностильові тенденції контенту, серед яких – мовна компресія, домінування коротких фраз і простих синтаксичних конструкцій, висока частотність військової, суспільно-політичної, емоційно-експресивної лексики, використання тропів і стилістичних фігур, активне залучення емоційного сторителінгу як інструменту впливу на аудиторію. Порівняльний аналіз засвідчив відмінності у стилістиці двох медіа: для «BBC News Україна» характерні інформативність, нейтральність та лаконізм, тоді як «Українській правді» притаманні також експресивність і виразна оцінність. Підкреслено промоційну та афективну роль TikTok-відео, описано особливості їх текстового оформлення, зумовлені впливом алгоритмів платформи. У межах дослідження застосовано методи контент-аналізу, стилістичного та порівняльного аналізу, що дало змогу систематизувати мовні домінанти візуального контенту й окреслити нові тенденції формування медійних текстів для короткого відео. Отримані результати уточнюють уявлення про лінгвостилістичну специфіку сучасних цифрових форматів і засвідчують трансформацію журналістського мовлення в умовах TikTok-комунікації. Така модель не лише розширює аудиторію медіа, а й стимулює появу свіжих стилістичних рішень, які поєднують інформативність, емоційність та креативність.

Ключові слова: TikTok-журналістика, мовностильові особливості, медіатекст, сторителінг, відеоконтент, «BBC News Україна», «Українська правда».

Постановка проблеми. Сучасні українські медіа, попри труднощі й трагічні випробування, які випали на долю нашого народу, активно розвиваються, шукають нових форм подачі інформації та спілкування з аудиторією, розширюють присутність на різних медійних соціальних майданчиках. Так, потужні медіа мають офіційні сторінки в добре відомих месенджерах (Viber, WhatsApp, Telegram) і соцмережах (X, Facebook), а останнім часом, щоб залучити молодіжну аудиторію, активно освоюють і TikTok – китайську платформу, що зосереджена на створенні й поширенні коротких відео. За статистикою DemandSage (<https://surl.li/wrmxck>), 69 % користувачів цієї мережі становлять молоді люди віком від 18 до 34 років.

Актуальність дослідження зумовлена стрімким розвитком соціальної мережі «TikTok», яка перетворюється на потужний медіаресурс і платформу для формування нових журналістських форматів. Це потребує пошуку свіжих мовностильових рішень, які поєднують інформативність, емоційність і креативність. Попри активне освоєння

цієї платформи журналістами провідних українських видань («Української правди», «BBC News Україна», «Esoseso TV» та ін.), мовностильові особливості їхнього контенту залишаються поза пильною увагою науковців. Новизна дослідження полягає у спробі системно описати та проаналізувати мовностильові параметри української тикток-журналістики на прикладі контенту «Української правди» та «BBC News Україна».

Аналіз основних досліджень і публікацій. TikTok-журналістика є відносно новим явищем у сучасному українському медійному дискурсі, тому наукові підходи до осмислення її стилістичних аспектів лише починають формуватися. Наше дослідження мовностильових особливостей нових цифрових журналістських форматів спирається на напрацювання відомих українських мовознавців – П. Дудика, С. Єрмоленко, Л. Мацько, О. Пономарева, О. Сербенської та багатьох інших авторитетних учених. Мова масмедіа постійно привертає увагу дослідників, оскільки швидко реагує на суспільні зміни, технологічні інновації та маніпу-

лятивні впливи, а також відображає новітні процеси в розвитку сучасної української літературної мови. За останні роки з'явилося чимало розвідок, присвячених сучасному українському медіатексту, зокрема вивченню інноваційних тенденцій [2; 3], стилістичних особливостей [7; 8], мовної експресії [4], засад лінгвістичного аналізу [6], зв'язку тексту з медіадискурсом [5]. Серед найновіших досліджень відзначимо публікацію Л. Башманівської, у якій авторка підкреслює, що сучасний медіатекст є багаторівневим і складним явищем. Його ключові особливості включають поліфункціональність, інтерактивність, гібридизацію жанрів, динамічність та мобільність [1, с. 19]. Значущою вважаємо розвідку М. Яцимірської «Медіатексти цифрової епохи», де визначено основні маркери журналістських текстів в епоху цифрових масмедіа, розкрито їх змістові, етичні виміри. Поділяємо думку дослідниці про те, що «інтелектуальний контент мультимедійних текстів пропагує загальнолюдські цінності, глибокі смисли життя; аналізує змістовий та етичний характер глобальної політики» [9, с. 223].

Різні аспекти TikTok-журналістики висвітлені в дослідженнях закордонних учених. Зокрема, у статті «Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok» [12] J. Vázquez-Herrero, M.-C. Negreira-Rey та X. López-García аналізують адаптацію новинного контенту до специфіки тикток-платформи, підкреслюючи роль коротких відео, музичного супроводу та динамічної подачі інформації. Зі свого боку Z. Cheng, L. Medina, T. Durotoye й M. Chadha досліджують якість журналістики в TikTok, акцентуючи увагу не лише на достовірності та точності, а й на здатності контенту привертати увагу через емоційно забарвлені формули, візуальні маркери та короткі слогани [11]. D. Aleksić та I. Stamenković у розвідці «The language of media in the digital age» роблять огляд досліджень про адаптацію сучасної журналістики до нових тенденцій, зумовлених розвитком цифрових технологій. Автори зазначають, що традиційні медіа змушені розробляти різні підходи до онлайн- та офлайн-контенту, оскільки інтернет-комунікація має власні правила, мову, стилі й моделі, відмінні від традиційних. Це передбачає перегляд усталеної концепції журналістських жанрів, появу нових форматів подання інформації, а відповідно, й лінгвістичних та стилістичних новацій, що спричинить формування нової мови масмедіа [10].

Таким чином, як українські, так і закордонні дослідження створюють теоретичну базу для ана-

лізу нових журналістських форм, їх стилістичних особливостей, специфіки взаємодії з аудиторією в цифровому медіапросторі, однак мовностильові параметри професійного журналістського тикток-контенту недостатньо досліджені й потребують окремого наукового аналізу.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз мовностильових особливостей відеоконтенту українських масмедіа в TikTok (на прикладі «Української правди» та «BBC News Україна» 2025 р.). Серед найбільш важливих завдань відзначимо такі: 1) окреслення функцій та архітекtonіки публікацій українських медіа в тиктоці; 2) аналіз мовностильових засобів реалізації професійного контенту з огляду на специфіку короткого формату й мовну компресію; 3) порівняння лінгвальних рис матеріалів «Української правди» та BBC News Україна; 4) визначення ключових мовностильових тенденцій журналістських TikTok-відео.

У процесі роботи використано сукупність загальнонаукових і спеціальних методів. Метод спостереження застосовано для відбору та систематизації емпіричного матеріалу – журналістських відео «Української правди» та «BBC News Україна», розміщених в офіційних TikTok-акаунтах. Метод аналізу використано для осмислення фактичного матеріалу та виявлення мовних і стилістичних ресурсів утілення змісту, зокрема контент-аналіз дав змогу визначити тематичну спрямованість і змістові доміанти відео, а стилістичний і дескриптивний аналізи – окреслити найбільш прикметні мовностильові риси, засоби виразності, характерні для журналістських форматів у тиктоці. Порівняльний метод задіяно для зіставлення лінгвостильових особливостей цифрового контенту «Української правди» та «BBC News Україна». Також використано методи абстрагування й узагальнення, що забезпечили теоретичне опрацювання результатів і формулювання висновків. Застосування зазначених методів сприяло більш глибокому осмисленню мовностильових параметрів професійного медіапродукту й визначенню найбільш виразних тенденцій.

Виклад основного матеріалу. I. Формат і архітекtonіка журналістського TikTok-контенту.

TikTok як надзвичайно популярна в українському суспільстві платформа коротких відео формує новий тип комунікації, і журналістські акаунти «BBC News Україна» та «Українська правда» демонструють процес адаптації традиційних медіа до такого формату.

На головних сторінках «Української правди» та «BBC News Україна» розміщено різноматичний

контент. Наприклад, в акаунті «BBC» публікації суспільно-політичного спрямування (про війну в Україні, корупційні скандали, блекаути тощо) сусідять із матеріалами про секрети японського довголіття, дивовижний концерт у потязі, конкурс кумедних фото, танець Маска, виверження вулкана на Гаваях та багато іншого. «УП» також демонструє мозаїчний підхід до подання контенту, і серед найновіших матеріалів домінують ті, що пов'язані з війною, корупцією, перебуванням українців у полоні, коментарями політиків тощо. Зрозуміло, що це зумовлено алгоритмами тиктоку, просуванням найбільш цікавого для глядачів контенту. Дещо відсортувати інформацію та знайти необхідне можна за плейлистами й хештегами.

Журналістські відео в тиктоці покликані збільшити аудиторію медіа, зацікавити глядачів і спонукати їх подивитися повноформатну передачу на YouTube (подкаст, інтерв'ю та ін.) або прочитати друкований матеріал на офіційному вебсайті, тобто реалізують передусім промоційну та інформаційну роль, а всі інші важливі функції є тут вторинними, адже аналізовану соціальну мережу медіа використовують здебільшого для просування власного контенту.

Формат тиктоку зумовлює й зміну архітектури журналістського тексту: традиційна тричастинна побудова (вступ – основна частина / розвиток дії – висновки) трансформується у мозаїчну, нецілісну структуру, лінійна розгорнута розповідь нерідко поступається місцем емоційній, іноді навіть драматичній міністорії.

Таким чином, в українській ТікТок-журналістиці спостерігаємо модифікацію класичної моделі комунікації, рух від раціональної, вираженої, нейтральної до максимально стисненої, сконденсованої, часто емоційної, що спричинює й відповідний добір лінгвостильових засобів, мовну компресію, посилену експресивність.

II. Мовностильові акценти професійних журналістських відео в ТікТок.

В акаунтах аналізованих нами медіа превалює контент двох типів: 1) фрагменти інтерв'ю, подкастів, інших передач, у яких джерелом інформації є співрозмовник журналіста; 2) відео з професійним журналістським мовленням (усним та письмовим). Матеріали саме другої групи стали предметом нашого аналізу.

Відеоконтент «BBC News Україна» характеризується лаконічністю, високою компресією змісту, інформативністю. Серед ключових *лексико-стилістичних рис* відзначимо здебільшого інформативно-нейтральний, діловий реєстр; високу

частотність військової (*штурмувати, атака, наступ, полонений, зброя, вибух, дрон, евакуація*), суспільно-політичної (*президент, міністр, корупція*) лексики, нових запозичень (*перформанс, наверліфтер, мем*) та емоційно-експресивних одиниць (*жах, найстрашніший, приголомшливий, найкрайший*). Відео вирізняються чіткою побудовою фраз, добре розставленими логічними акцентами, риторичними запитаннями, які сприяють розгортанню думки, привертають увагу глядача й залучають його до обговорення. Матеріали, що стосуються дискусійних проблем і подій, зазвичай супроводжуються питальними заголовками (напр., «*Навіщо Україна створює Штурмові війська, які ще називають “гвардією” Сирського?*» <https://surl.li/cjttjr>) й завершуються типовими для тиктоку фразами – прямими зверненнями до аудиторії з проханням прокоментувати відео, відреагувати на нього, що сприяє поширенню контенту.

За нашими спостереженнями, «УП», крім власне інформаційного продукту, публікує відео, які є емоційними тригерами: гострі, часом провокативні фрагменти розмов журналістів із політиками, військовими, звільненими полоненими, представниками правоохоронних органів, громадськими діячами, експертами, etc. Вони супроводжуються написами-цитатами, що виконують роль заголовків, інтригують і слугують своєрідним «гачком» для аудиторії. Напр.: «*Він організував геноцид Львова*» (фрагмент розмови Р. Кравця з мером Львова А. Садовим про П. Порошенка), «*У полоні мені три рази ламали ребра*» (уривок розповіді колишнього мера Херсона В. Миколаєнко про перебування в полоні), «*Зеленський – популіст, схожий на Трампа*» (фрагмент інтерв'ю з Я. Грицаком) та ін. Але, вирвані з контексту, такі цитати й відповідні відео можуть спотворювати зміст і вводити глядача в оману. Крім того, оприявнюють певну тенденційність журналістів, які в гонитві за переглядами порушують журналістські стандарти, зокрема щодо неупередженості, відокремлення фактів і коментарів та дотримання балансу думок і поглядів. «BBC News Україна» пропонує менше такого контенту.

Текстові елементи та їх взаємодія з відео.

Поширеною практикою для «BBC News Україна» є відео, що супроводжуються екранним текстом, який не доповнює усне мовлення журналіста, а замінює його: «*Росія вдарила по Львову, у місті пожежі та дим*», «*Пожежа на нафтовому терміналі у Феодосії*», «*Чому Україна виграє війну? Думки Ювала Ноя Харарі*», «*Росіяни на мотоциклах штурмують Покровськ*», «*Руїни Мирно-*

града» та ін. Це, на наш погляд, вдале рішення, оскільки чіткий, зрозумілий, лаконічний, легкий для сприйняття текст не відвертає увагу від перегляду відео. Він гармонійно поєднується з музикою, і що важливо, є прийнятною формою отримання інформації для людей із порушеннями слуху. Журналісти «Української правди» також вдало використовують подібний формат, хоч і рідше.

Важливою складовою архітектури публікацій у тиктоці є описи до відео. На сторінці «BBC News Україна» вони доволі змістовні й пропонують лаконічну інформацію про зміст матеріалу та його автора: «Російська пропаганда каже про неминучість перемоги Москви. Але фактично – перемагає Україна. Таку думку наводить у *Financial Times* військовий історик та філософ Ювал Ной Харарі. Які його аргументи?»; «Кілька сотень туристів опинилися заблоковані в сніговій пастці на Євєресті. Це сталося після раптових снігопадів, що накрили регіон»; «Увімкніть звук і насолодіться! Музикант Євген Хмара віз свій рояль на концерт у Львів і зіграв для пасажирів. Назад обіцяють їхати так само. Пан Євген уже не вперше грає на публіці. У 2019 році широко розійшлися відео його виступу на київському вокзалі».

Коментарі до відео на «Українській правді» менш інформативні, часто містять тільки заголовки без зазначення журналіста, гостя студії тощо. З-поміж заголовків трапляються сенсаційні (клік-бейтні), провокативні, що підкреслює й питальна форма: «Зеленський є на пливках Міндіча?»; «Він організував геноцид Львова»; «Північний потік підірвав Трамп?»; «Ющенко – суцільна помилка?»; «Хто і як допоміг Комарницькому втекти?»; «У Масленікова з Харкова авто, як у власника бренду *Philipp Plein*» тощо.

Контент обох медіа супроводжуються хештегами й запрошенням глядачів глибше ознайомитися з інформацією, подивитися передачу, інтерв'ю тощо на офіційному сайті або YouTube-каналі.

Порівняльний аналіз TikTok-матеріалів «BBC News Україна» та «Української правди» переконує, що вони мають багато спільних рис, проте відео «BBC» переважно властива інформативність, нейтральність, опертя на факти, а публікаціям «УП» – певною мірою тяжіння до емоційного сторителінгу й оцінності. Для більш повного уявлення про різноманіття й мовностильові риси відеоконтенту в тиктоці розглянемо докладніше два відмінні за стилістикою приклади.

1 жовтня 2025 року «BBC News Україна» опублікувало в тиктоці матеріал про візит прин-

цеси Анни до Києва – відео, що супроводжується екранним текстом: «*До Києва прибула Королівська принцеса Великої Британії Анна*. Вона зустрілася із першою леді Оленою Зеленською. Разом вони вшанували дітей, що загинули під час великої війни. «Такий самий ведмедик був у моєї дочки», – сказала принцеса. Королівська гостя також відвідала музей Другої світової. Побувала у реабілітаційному центрі для військових. І поспілкувалася з дітьми, яких депортувала Росія і яких вдалося повернути в Україну. А ще була урочиста зустріч із президентом Зеленським. Після того принцесі представили деяких українських урядовців. На цьому зібранні говорили про українських біженців у Британії та співпрацю у реабілітації українських військових і ветеранів. Принцеса Анна – рідна сестра Британського короля Чарльза III. Востаннє вона відвідувала Київ у 1990 році, ще до здобуття Україною незалежності» (<https://surl.li/wohzcd>).

Це інформаційний текст нейтрального, стриманого характеру (регістру) традиційної для новинних матеріалів структури: короткий вступ (інформація про прибуття принцеси Великої Британії), основна частина (деталі події: розповідь про важливі етапи візиту) та завершення, яке містить ще й додаткову інформацію про попередні відвідини принцесою столиці України.

Основа медіатексту становить нейтральна лексика з елементами офіційно-ділового мовлення (напр., *урочиста зустріч, вшанували дітей, представили урядовців, українські біженці, здобуття незалежності*), спостерігаємо тут і загальномовні перифрази (*королівська гостя, перша леді*), використані для увиразнення тексту. Пожвавляє виклад та додає нотки емоційності деталь – цитування слів принцеси Анни: «*Такий самий ведмедик був у моєї дочки*». У тексті переважають прості синтаксичні конструкції (9 з 12-ти), кожна наступна фраза відображає нову дію, нове місце, що в комплексі з відеорядом надає публікації динамічності й ритмічності.

Цікавим і відмінним за стилістикою й тональністю є відео «Української правди» під назвою «*Тут кожен дрон полює на тебе*» (<https://surl.li/oduzzd>), де журналіст розповідає про власний матеріал, використовуючи прийом сторителінгу: «Чоловік на ім'я Віктор повертається ввечері з роботи. Миє руки, гріє їжу, але не вмикає світло. всі його вечори – в *темряві*. Або при світлі від телефону. Бо світло несе *смерть*. (...) Мене звати Рустем Халілов, і я розповідаю вам про свою статтю на «Українській правді». Вона – про

херсонців і Херсон. Про місто, де росіяни можуть запустити дрон у вікно лише тому, що там горить лампа. Або вдарити по балкону, якщо помітили вогник цигарки. Ще два роки тому вся країна святкувала визволення Херсону – сьогодні Росія хоче зробити його порожнім. Діє у звичний для себе спосіб, вбиваючи людей. Місцеві називають це – сафарі. Рік тому дрони атакували херсонців приблизно 700 разів на місяць – зараз може бути 2700 атак на тиждень. Херсонці здригаються від вибухів, ховаються від дронів та вміють розпізнавати на слух, де гатить танк, а де б'є міномет. На вулиці вони дивляться на небо або, навпаки, вдивляються під ноги, щоб не наступити на пелюстку. Цей міст, на який скинула бомби Росія, з'єднає карантинний острів з материком. Росіяни хочуть відрізати його повністю (...).

Журналіст Рустем Халілов розпочинає оповідь з побутової, нібито тривіальної історії про чоловіка в Херсоні, якій приходить з роботи, гріє їжу, але не вмикає світло, бо воно несе смерть. Це здійснює емоційний вплив на глядача, надає трагізму – буденна, рутинна дія підвищує шанси на виживання. Спостерігаємо тут *антитезу*, протиставлення *життя і смерті, світла і темряви*. Зазвичай світло є символом життя, але не для херсонців – для них рятівною є темрява, бо вона дає шанс на виживання. Короткі й ритмічні фрази, виразні логічні наголоси й відповідний тон підвищують напругу. Журналіст розповідає про жахливі деталі життя херсонців, для яких і небо, і земля під ногами є небезпечними: «На вулиці вони дивляться на небо або, навпаки, вдивляються під ноги, щоб не наступити на пелюстку». Текст ясніє

назвами різних видів зброї (*танк, міномет, дрон, бомби, «пелюстка»*), лексемами, які пов'язані зі страхом і смертю: *небезпека, вбивство, смерть, атаки, облога*. Збільшує емоційний резонанс і градація: «Херсонці здригаються від вибухів, ховаються від дронів та вміють розпізнавати на слух, де гатить танк, а де б'є міномет. На вулиці вони дивляться на небо або, навпаки, вдивляються під ноги, щоб не наступити на пелюстку».

Вдала візуалізація – інфографіка, зображення зруйнованих будинків, карта – додають словам журналіста переконливості. Такий сторителінг із сюжетом, промовистими деталями, фактами, художніми засобами на тлі мовної компресії здійснює сильний емоційний вплив на глядача, викликає емпатію й спонукає до прочитання статті (<https://surl.li/jsgbgl>). Відео також супроводжується коротким описом: «Як живе Херсон в умовах постійних російських атак, яким чином місцева влада й мешканці міста пробують протидіяти загрози з неба – і як люди намагаються зробити своє життя самодостатнім, навіть якщо для цього доводиться спуститися під землю».

Як бачимо, проаналізований відеоконтент має контрастне стилістичне втілення: новинний матеріал про приїзд принцеси Анни із нейтральною, діловою, дещо урочистою інтонацією та емоційний сторителінг про життя херсонців із тривожною тональністю, використанням образних засобів, що надають висловлюванню емоційності й створюють ефект присутності глядача на місці подій. Перший виконує передусім інформаційну функцію, другий – афективну. Короткі узагальнення наших спостережень подаємо в таблиці.

Таблиця 1

Спільні та відмінні риси TikTok-відео «BBC News Україна» та «Української правди»

Критерії	«BBC News Україна»	«Українська правда»
Основні функції	промоційна інформаційна афективна	промоційна афективна інформаційна
Архітектоніка медіатексту	класична тричастинна структура з тяжіннями до мозаїчної	
Ступінь мовної компресії	високий	помірний
Регістр мовлення	інформаційний діловий	інформаційний емоційно-публіцистичний
Основні мовностильові риси	компресія змісту, домінування коротких фраз і простих синтаксичних конструкцій; висока частотність використання військової, суспільно-політичної, емоційно-експресивної лексики, нових запозичень; застосування тропів і стилістичних фігур	
Стилістика контенту	нейтральність лаконізм новинна структура	більша емоційність експресивність елементи сторителінгу
Характер описів до відео	інформативні	лаконічні

Відзначимо й типові мовні огріхи журналістів (хоч вони потребують окремого аналізу): недбале мовлення під час інтерв'ю, уживання жаргонних одиниць, розмовних форм («*Нашо?*», «*Що це вам дає?*»), стилістичні неточності («*слідкувати*»), порушення норм правопису (*екс-мер*) тощо.

Висновки. Аналіз відеоконтенту «BBC News Україна» та «Українська правда» засвідчує, що українська TikTok-журналістика є прикладом адаптації традиційних форматів до специфіки короткого відео. Вітчизняні медіа дедалі активніше використовують платформу «TikTok» для пошуку нових способів подання інформації, взаємодії з аудиторією та популяризації контенту. Під впливом тиктоку модифікується архітектура журналістського тексту. Спостерігаємо трансформацію класичної моделі комунікації, рух від

раціональної, вираженої, нейтральної до максимально сконденсованої, часто емоційної оповіді, що спричинює й відповідний добір лінгвальних засобів. Основними мовностильовими рисами є компресія змісту, домінування коротких фраз і простих синтаксичних конструкцій, які створюють динамічність і ритмічність тексту; висока частотність використання соціально важливої, емоційно-експресивної лексики, нових запозичень; застосування образних засобів, які забезпечують емоційність викладу. Окреслені тенденції засвідчують формування своєрідної стилістичної моделі TikTok-журналістики, що потребує подальшого системного вивчення. Перспективи дослідження вбачаємо в розширенні емпіричної бази, поглибленому вивченні взаємодії вербального, аудіального та візуального компонентів відеоконтенту.

Список літератури:

1. Башманівська Л. Особливості медіатексту в сучасному інформаційному просторі. *Вісник Книжкової палати*. 2025. № 5. С. 15–20.
2. Демешко І. Лексико-словотвірні інновації в медіадискурсі періоду війни. *Наукові записки*. Серія: Філологічні науки. 2023. № 205. С. 58–63.
3. Космеда Т. А. Актуальні процеси мовлення чи «мовний смак» української сучасності? *Мовознавства*. 2014. № 2. С. 44–55.
4. Коць Т. А. Мовна експресія в сучасному інформаційному просторі України. *Українська мова*. 2022. № 3 (83). С. 25–39.
5. Сизонов Д. Ю. Медіатекст та медіадискурс у сучасному медійному просторі. *Studia Linguistica*. 2013. Випуск 7. С. 289–292.
6. Шаповалова Г. В., Шебештян Я. М., Путрашик В. І. Засади лінгвістичного аналізу медіатексту. *Communications and Communicative Technologies*. 2023. Вип. 23. С. 41–46.
7. Шебештян Я. М., Шаповалова Г. В., Український медіатекст як невід'ємна частина сучасного публіцистичного мовлення. *Мова. Суспільство. Журналістика*. Матеріали XXIV міжнародної науково-практичної конференції з проблем функціонування і розвитку української мови. К., 2018. С. 63–65.
8. Шебештян Я., Шаповалова Г. Відображення місцевого колориту в сучасних закарпатських медіа. Лінгвальний та екстралінгвальний аспекти комунікації в мультикультурному середовищі Закарпаття: монографія. Ужгород: РІК-У, 2021. С. 470–496.
9. Яцимірська М. Медіатексти цифрової епохи. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2025. Вип. 57. С. 218–226.
10. Aleksić D., Stamenković I. The language of media in the digital age. *Balkan Social Science Review*. 2018. Vol. 12, 101–112.
11. Cheng, Z. Nes on TikTok through the lens of quality journalism. How TikTok users perceive news values content and engagement. *Journalism Studies*, 2025. 26 (13), 1–23.
12. Vázquez-Herrero J., Negreira-Rey M.-C., López-García X. Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok. *Journalism*. 2020. 23 (8), 1–19.

Shapovalova H. V. LINGUISTIC AND STYLISTIC FEATURES IN UKRAINIAN TIKTOK JOURNALISM

The article examines the linguistic and stylistic features of Ukrainian TikTok journalism, based on video content from BBC News Ukraine and Ukrainska Pravda (2025). It analyses the key functions, architecture and stylistic features of short journalistic videos on the social network TikTok. It has been established that the specificity of the platform causes the transformation of the traditional structure of journalistic text, a change in the principles of presenting information, and a reorientation towards visual and emotional means of communication. Key linguistic trends in the content have been identified, including linguistic compression, the predominance of short phrases and simple syntactic structures, the high frequency of military, socio-

political, and emotionally expressive vocabulary, the use of tropes and stylistic devices, and the active use of emotional storytelling as a tool to influence the audience. A comparative analysis revealed differences in the style of the two media outlets: BBC News Ukraine is characterised by informativeness, neutrality and conciseness, while Ukrainska Pravda is also characterised by expressiveness and distinct evaluativeness. The promotional and affective role of TikTok videos is emphasised, and the peculiarities of their textual design, determined by the influence of the platform's algorithms, are described. The study used content analysis, stylistic and comparative analysis methods, which made it possible to systematise the linguistic dominants of visual content and identify new trends in the formation of media texts for short videos. The results obtained clarify the understanding of the linguistic and stylistic specifics of modern digital formats and confirm the transformation of journalistic speech in the context of TikTok communication. This video model not only expands the media audience, but also stimulates the emergence of fresh stylistic solutions that combine informativeness, emotionality and creativity.

Key words: *TikTok journalism, linguistic style features, media text, storytelling, video content, BBC News Ukraine, Ukrainska Pravda.*

Дата надходження статті: 21.11.2025

Дата прийняття статті: 10.12.2025

Опубліковано: 30.12.2025