

УДК 81'373.47:070.16:[316.774:004.775](045)
DOI: <https://doi.org/10.31499/2415-8828.2.2025.346995>

Ірина Хлистул* 

ЕКСПРЕСИВИ ЯК ЗАСІБ МАНІПУЛЯЦІЇ В ЗАГОЛОВКАХ НОВИН НА СТОРІНКАХ ПЛАТФОРМИ «ЮТУБ»

У статті проаналізовано роль експресивної лексики в заголовках медіа, її можливості впливу на масову аудиторію з метою маніпулювання свідомістю споживачів інформації. Дослідження заголовкових комплексів відеоконтенту теленовин дало змогу визначити експресиви маніпулятивного змісту таких тематичних груп: лексеми на позначення емоції страху та похідних понять – означень, дій, станів; лексеми, що є назвами воєнних реалій; лексеми, що виражають ознаки і стани високої інтенсивності; лексеми стилістично марковані (вжиті з переносними значеннями, жаргонні та просторічні слова); стилістичні фігури – повтори, градації; фразеологізми.

На основі аналізу було зроблено висновок, що експресиви в заголовках відеонovin викликають у глядачів емоції страху, занепокоєння, співчуття від сприйняття новин негативного змісту чи радість від позитивних новин, викликаючи відповідну емоційну реакцію і бажання дізнатися подробиці повідомлень. У такий спосіб відбувається маніпуляція бажанням потенційних глядачів споживати саме ці повідомлення.

Ключові слова: медіа, медіазаголовок, заголовок, заголовковий комплекс, новина, експресивна лексика, експресив, маніпуляція, лексема, емоція.

Khlystun Iryna. Expressive language as a means of manipulation in news headlines on the YouTube platform.

The article analyzes the role of expressive vocabulary in television news headlines posted on YouTube and its potential to influence the mass audience with the aim of manipulating the consciousness of information consumers.

The material for the study was the headlines of the TV news programs «TSN from 1+1», «FAKTY ICTV» and «24 Channel».

The following methods were used in the study: selection and systematization of material, descriptive analysis, content analysis, stylistic analysis and classification.

The article determines that a headline is an integral component of a media text, contains information about the content of the message and the author's assessment, attracts the attention of potential readers and interests them, in particular due to its emotional and expressive load, and can influence the consciousness of the addressee, manipulate it, and change their attitudes and views. One of the main linguistic manifestations of manipulation in media headlines is expressive vocabulary, which serves to emphasize, highlight, and reinforce a certain object of reality and influences the cognitive and emotional perception of the message by the addressee in accordance with the intentions of the sender.

In the course of the study, expressive words of manipulative content were identified in the following thematic groups: lexemes denoting the emotion of fear and derivative concepts – definitions, actions, states; lexemes that are names of military realities; lexemes that express signs and states of high intensity; lexemes that are stylistically marked (used in figurative meanings, slang and colloquial words); stylistic figures – repetitions, gradations; phraseological units.

Based on the analysis, it was concluded that expressive words in video news headlines evoke emotions of fear, anxiety, and sympathy in viewers from the perception of negative news or joy from positive news, causing a corresponding emotional reaction and a desire to learn more about the news. Thus, the desire of potential viewers to consume these particular messages is manipulated.

We see prospects for further research in studying the influential potential of news headlines in online publications.

Keywords: media, media headline, headline, headline complex, news, expressive vocabulary, expressive, manipulation, lexeme, emotion.

Постановка проблеми.

У сучасному медіапросторі, перенасиченому інформацією, видання, що розміщують свої матеріали на відеохостингах, зокрема на ютубі, перебувають у постійному пошуку споживача інформації, увагу якого часто прагнуть привернути за будь-яку ціну, особливо в умовах жорсткої конкуренції не лише з іншими медіа, а й з блогосферою. Це продиктовано умовами монетизації сайту, коли від кількості переглядів контенту залежить дохід, отримуваний від рекламодавця. Найлегшим способом привернути увагу є заголовок сенсаційного змісту (т. зв. клікбейт), основним виражальним засобом якого є експресивні висловлювання – експресиви. Таке привернення уваги є за своєю суттю маніпулятивним, оскільки змушує реципієнта до перегляду відео, використовуючи людську цікавість до чогось незвичайного, неординарного, небуденного; емоції страху, занепокоєння тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблеми, що стосуються природи медіазаголовка, прийомів створення ефективного заголовка, неодноразово були в центрі досліджень науковців (С. Зайцевої, В. Здоровеги, В. Каленича, В. Карпенка, Л. Майбороди, О. Сушкової, Д. Канюса, В. Садівничого, К. Сізової та ін.).

* Ірина Хлистул, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри прикладної лінгвістики, зарубіжної літератури та журналістики Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (Умань, Україна); e-mail: irynakhlystun@meta.ua.



Лінгвістичні аспекти досліджень було зосереджено на лексичних, синтаксичних, стилістичних і прагматичних аспектах заголовків медіатекстів. Зокрема, К. Головенко [Головенко 2024] вивчала мовні особливості українських заголовків інформаційно-новинних текстів і способи їх перекладу англійською мовою. Л. Солодка [Солодка 2016] дослідила способи та засоби актуалізації медіаназв із використання онімів як актуалізаторів на конкретно-предметному, загальнопредметному, номінативно-оцінному, атрибутивно-асоціативному рівнях. Г. Шаповалова [Шаповалова 2011] та В. Красавіна [Красавіна 2016] розглядали лексичні та фразеологічні особливості медіазаголовків. О. Тріщук і Н. Фіголь [Тріщук і Фіголь 2019] дослідили мовні засоби увиразнення заголовків у сучасних медіа, зокрема використання в заголовкових комплексах тропів, каламбурів, гри слів. Р. Савчук [Савчук 2020] проаналізувала стилістичні засоби (тропи і стилістичні фігури) як психолінгвістичний фактор привернення уваги реципієнта до медіатексту. Н. Шульська та Р. Зінчук [Шульська і Зінчук 2021] дійшли висновку, що заголовок у журналістському тексті варто розглядати не лише як засіб експресивізації, смислової актуалізації тексту, а й як комунікативно-прагматичний складник висловлення. О. Ільченко та Д. Бондар [Ільченко і Бондар 2020] дослідили маніпулятивні технології медіазаголовків. Т. Видайчук і К. Видайчук [Видайчук і Видайчук 2021] висвітлили маніпулятивні тактики і засоби, які найчастіше використовують у заголовках інтернет-видань, у прагматичному аспекті.

Наше дослідження є продовженням низки таких розвідок і має на меті дослідити види експресивів у маніпулятивних заголовках теленовин, розміщених у мережі «Ютуб».

Матеріалом для дослідження стали заголовки теленовин «ТСН від 1+1», «ФАКТИ ICTV» та «24 Канал». Було застосовано **методи**: добору й систематизації матеріалу, описовий, контент-аналіз, стилістичний аналіз, класифікація.

Виклад основного матеріалу.

Теорія і практика журналістики розглядає заголовок як невід’ємний компонент медіатексту, який, проте, має певну самостійність. Науковці сходяться на думці, що заголовок містить інформацію про зміст повідомлення й авторську оцінку, привертає увагу потенційного читача і зацікавлює його, зокрема й завдяки емоційно-експресивному навантаженню [Нетреба 2013, с. 340], [Кочан 2008, с. 59–60], [Каленич 2022, с. 134], [Сизонов 2020, с. 62], [Солодка 2016, с. 80], [Красавіна 2016, с. 215], [Ільченко і Бондар 2020, с. 148], [Дацишин 2021, с. 77]. Чимало дослідників звертають увагу на властивість медіазаголовків упливати на свідомість/підсвідомість адресата, маніпулювати нею, а відтак і змінювати його установки та погляди [Савчук 2020, с. 169; Шульська і Зінчук 2021, с. 222].

Особливо ця властивість притаманна інтернет-ЗМІ [Зайцева 2021, с. 174], оскільки саме там виразність заголовка матеріалу має змусити реципієнта переглянути повідомлення, тому привернення уваги не обмежується лише посиленням смислового навантаження, й автори вдаються до маніпулятивних технік задля клікбейту [Ільченко і Бондар 2020, с. 148].

Поняття *клікбейт* має два основні значення: 1) інтернет-контент, що має на меті привернути увагу користувачів і заохотити натиснути на покликання; 2) тип заголовка, який є сенсаційним чи оманливим, змушує відвідувача сайту перейти за гіперпокликанням, хоч воно може вести до сумнівного контенту [Юрченко 2025], що, власне, і є маніпуляцією.

В. Різун [Різун 2008, с. 151] розглядає масову маніпуляцію як «прихований вербальний, зображальний, жестово-руховий вплив на членів маси, метою якого є поширення масових настроїв, формування громадської думки, її корекція серед членів маси» і зазначає, що цей вплив відбувається поза волею і бажанням реципієнта. С. Альбота [Альбота 2019, с. 5] також зауважує, що маніпуляція може зреалізуватися лише в тому разі, коли адресат не в змозі побачити приховані наміри мовця в комунікації. Т. Голота [Голота 2023, с. 137] підкреслює, що «маніпулятивний дискурс передбачає цілком свідоме прагнення мовця деформувати інформаційний простір інших учасників мовленнєвого акту».

О. Ільченко і Д. Бондар [Ільченко і Бондар 2020, с. 148] визначили такі маніпулятивні техніки заголовків у медіа:

- *використання стереотипів*, коли соціальний об’єкт сприймається схематизовано і так закріплюється у свідомості людей;
- *наклеювання ярликів*, які містять негативну оцінку;
- *повтор інформації*, актуальної в соціумі;
- *анонімний авторитет*, апеляція до якого легітимізує будь-яку думку;
- *констатація факту*, коли бажане видають за дійсність;
- *відволікання уваги* від суті події сенсаційними чи недостовірними повідомленнями;
- *принцип контрасту* в разі недостатності аргументів;

- *психологічний шок* від трагічних новин як спосіб навіювати потрібні авторам настрої.

Х. Дацишин [Дацишин 2021, с. 79–81] указує на такі ознаки маніпулятивності в заголовках: сенсаційність; уживання слів із подвійним тлумаченням (багатозначних та омонімів), паронімів; неусвідомлене перекирчування інформації, фактичні помилки з вини неувважності авторів.

Науковці засвідчують маніпулятивні прийоми в заголовках медіаповідомлень із використанням таких мовних засобів: емоційно забарвлена лексика, еліптичні конструкції, вербалізація суб'єктивних суджень, тропи [Голота 2023, с. 144], пейоративи, тавтологія, метафора, символ, мовні штампи і кліше, авторські неологізми [Видайчук і Видайчук 2021, с. 25–26].

Одним із головних мовних проявів маніпуляції в медіазаголовку вважають емоційно-оцінну лексику, що покликана захоплювати, вражати, викликати почуття подиву [Зайцева 2021, с. 176]. Вважаємо, що, розглядаючи медіаманіпуляції, варто говорити не лише про емоційно-оцінну, а ширше – про експресивну лексику, яку визначають такою, що передає «своєрідність, незвичайність, виразність, нерегулярність, специфічність або навіть аномальність» референта [Бойко 2016, с. 43] і, відповідно, є засобом впливу, підсилення, увиразнення мовлення [Коваль 2011, с. 471].

Надалі як предмет дослідження використовуватимемо поняття експресив. «Словник української мови» у 20 тт. трактує це поняття так: «ЕКСПРЕСІВ, а, ч., лінгв. Слово або вислів, які, вказуючи на предмет, явище, ознаку, подію і т. ін., виражають почуття, переживання, емоції, психологічний стан мовця» [СУМ-20]. Науковці вживають цей термін дещо ширше, зокрема й щодо медіазаголовків. Зокрема, Н. Бойко вважає експресивами лексеми, які виконують функцію «впливу на емоції та почуття адресата, що реалізується через емотивно-оцінні мовленнєві акти» [Бойко 2014, с. 9], «виявляють і передають особливість конкретного референта, його своєрідність, незвичайність, виразність, нерегулярність, специфічність або навіть аномальність на тлі однотипних із ним» [Бойко 2016, с. 43]. Т. Коваль зазначає, що «експресивні засоби служать посиленню виразності й зображальності мови як при вираженні емоцій, вираженні волі, так і при вираженні думки» [Коваль 2011, с. 475]. В. Красавіна досліджує заголовок-експресив, «семантичними компонентами якого є оцінність, емоційність, образність, актуалізує додаткове конотативне значення, передає авторське ставлення до інформації та слугує дієвим засобом впливу на сприйняття тексту читачем» [Красавіна 2017, с. 216].

У цьому дослідженні *експресивом* називатимемо слово або сполучення слів, що слугує для увиразнення, виокремлення, підсилення якогось об'єкта дійсності і впливає на когнітивне та емоційне сприйняття повідомлення адресатом відповідно до інтенцій адресанта.

Зауважимо, що жанр телевізійних новин різниться від новин у газеті тим, що не має власне заголовка, оскільки є поєднанням багатьох повідомлень на різну тематику, тому вживання терміна *заголовок* у цьому контексті є дещо умовним. Розміщуючи такий новинний відеоконтент у мережі «Ютуб», будь-який телеканал чи телепрограма отримує нагоду розширити коло своєї аудиторії. З метою привернення уваги до відеороликів автори контенту вдаються до словесного маркування найголовніших і найцікавіших подій та їх оцінки за допомогою саме лексем експресивного змісту – таких, які б викликали цікавість на основі емоцій, часто гіперболізованих, – страху, занепокоєння, співчуття, радості тощо. Саме вплив на емоційний стан глядача, зараження його і, як результат, заохочення його до перегляду відеоконтенту має маніпулятивний характер, особливо беручи до уваги те, що новини належать до інформаційного жанру журналістики, а тому повинні транслювати лише факти, відділені від думок. Наявність же емоційної оцінки розцінюється як порушення журналістських стандартів.

У процесі наукового пошуку було зроблено аналіз заголовкових комплексів відеоконтенту теленовин «ТСН від 1+1», «ФАКТИ ICTV» та «24 Канал» за період від початку вересня до початку жовтня 2025 року, розміщених на платформі «Ютуб», щодо наявності експресивів із маніпулятивним змістом. Можна поділити такі вислови на кілька тематичних груп:

1) лексеми на позначення емоції страху та похідних понять – означень, дій, станів: *страх, страхіття, жах, жахіття, паніка, страшний, жахливий, моторошний, жахатися* тощо:

ЖАХ під Києвом! Впливли НОВІ деталі трагедії. Такого не очікував ніхто (<https://www.youtube.com/watch?v=B8E5Nx-GPog>);

ЗАХІД УКРАЇНИ здригався від ВИБУХІВ! *ЖАХИ* обстрілу ЗАПОРІЖЖЯ (<https://www.youtube.com/watch?v=0STOWorHu9I%>);

ЗАРАЗ! СТРАХІТТЯ у Києві: місто БЕЗ СВІТЛА, перебої з ВОДОЮ та МЕТРО (https://www.youtube.com/watch?v=1n_KV_KfVe0);

СВІТАН: ТАКОГО в ІСТОРІЇ ще не було. ГУР РОЗБОМБИЛО елітну бригаду Путіна. Москва у ПАНІЦІ (<https://www.youtube.com/watch?v=FmQcVIL0LDY>);

НОВИНИ: СТРАШНИЙ обстріл Запоріжжя! Росіяни пошкодили газові об'єкти! (https://www.youtube.com/watch?v=1_d3aUi07ho);

Жахаючі КАДРИ прямо з МОСКВИ! (<https://www.youtube.com/watch?v=1fsZEgyJeDQ>);

НАЙМАСОВАНИШИЙ УДАР ПО ЛЬВІВЩИНІ! Моторошні кадри з ЛАПІВКИ! (<https://www.youtube.com/watch?v=HORKRrJil8>);

МАСШТАБНА АТАКА по Україні! ОДЕСА, ХАРКІВ, ЗАПОРІЖЖЯ під УДАРОМ. НАСЛІДКИ жахливі! (<https://www.youtube.com/watch?v=STeI4nIJ8a0>);

ПОПОВ до жаху ПЕРЕЛІКАНИЙ через ТОМАГАВКИ! БЛАГАС ТРАМПА зупинитись... (<https://www.youtube.com/watch?v=EqzRpo8uZSQ>);

2) лексема шок на позначення стану пригніченості, розгубленості, а також споріднені лексеми – шокує, шокований, шокувати:

Трамп ухвалив рішення щодо Tomahawk: ПУТІН в шоці (<https://www.youtube.com/watch?v=u3Y4aoHu3m8>);

Почалось! Путін ЕКСТРЕНО ЗВЕРНУВСЯ до Трампа. Пригрозив ШОКУЮЧИМ (<https://www.youtube.com/watch?v=c9mtfHnD8i4>);

СВІТ шокований військовими діями біля ЗАЕС! (<https://www.youtube.com/watch?v=LliJO6bm1q4>);

Зеленський ШОКУВАВ УКРАЇНЦІВ негайною заявою! Почуйте ПЕРШИМИ, що СКАЗАВ. Ці слова все ПОЯСНЮЮТЬ! (<https://www.youtube.com/watch?v=T9x0K7F0dFI>);

УКРАЇНА не чекала такого від ЧЕХІЇ! Нова заява ШОКУВАЛА УСІХ. (<https://www.youtube.com/watch?v=3NssC0PGmwY>);

У Путіна НЕГАЙНО відповіли УКРАЇНІ! Шокували усіх НОВОЮ ЗАЯВОЮ. Слухайте, що сказали у Кремлі (<https://www.youtube.com/watch?v=Nt0SQRp-lI0>);

Екстрено! Трамп ШОКУВАВ ПРО ТОМАГАВКИ! Кремль ВЖЕ ТРЯСЕ. Росії влаштували ПЕКЛО (<https://www.youtube.com/watch?v=ZDHkjNbdmCs>);

3) лексеми, що є назвами воєнних реалій, а тому викликають емоції страху і хвилювання: атака, ракета, шахед, дрон, вибух, обстріл, удар, розгром, блекаут, тривога, колапс, атака, ядерна загроза тощо:

НІЧНА АТАКА на Україну! Перші ДЕТАЛІ: ГОРЯТЬ будинки, є ПОРАНЕНІ (<https://www.youtube.com/watch?v=NpaKCp03s0Q>);

Прокидайтеся! ДРОНИ атакували НОРВЕГІЮ. Зеленський ШОКУВАВ. Москва ГУДЕ від ВИБУХІВ (<https://www.youtube.com/watch?v=RLXK3Jy7Dz8&t=1024s>);

Смертоносний УДАР ЗСУ на Куриці. Зеленський ТЕРМІНОВО ПРИБУВ на ДОНБАС. (<https://www.youtube.com/watch?v=nOTg50aWMYw>);

4) лексеми, що виражають ознаки і стани високої інтенсивності, зокрема з використанням префікса мега- та найвищого ступеня порівняння прикметників та прислівників: мегаудар, мегавибух, пекло, катастрофа; жорсткий, гучний, потужний, різкий, гучний, масштабний, пекельний, найважливіший, наймасованіший тощо:

МАСОВАНА АТАКА! НОВИНИ! ТСН про головні підсумки тижня! (<https://www.youtube.com/watch?v=KRyEks2b1FM>);

РЕАКЦІЯ ЄС на жорсткий удар по Україні! Жакіття в ЗАПОРІЖЖІ! (<https://www.youtube.com/watch?v=z6W5rAejj5M>);

НОВИНИ: ЗСУ ПІШЛИ У КОНТРАНАСТУП?! ГУЧНА заява СІРСЬКОГО! (<https://www.youtube.com/watch?v=suRjJtUK1I>);

ТРАМП ЛЮТУЄ! Різка ЗАЯВА проти ПУТІНА! (<https://www.youtube.com/watch?v=BnKyUaNGB9Y>);

НОВИНИ: На ОДЕСУ насуваються ПОТУЖНІ ЗЛИВИ! ДСНС попереджає! (<https://www.youtube.com/watch?v=d-GpBv3isEc>);

Росіяни, ПРОКИДАЙТЕСЬ! Люта ПОМСТА ПОЧАЛАСЬ. Вся РФ ЗДРИГНУЛАСЬ від ВИБУХІВ (https://www.youtube.com/watch?v=sdfyIAik_78);

МАСШТАБНА АТАКА по Україні! ОДЕСА, ХАРКІВ, ЗАПОРІЖЖЯ під УДАРОМ. (<https://www.youtube.com/watch?v=STeI4nIJ8a0>);

Найважливіші новини за вівторок! (https://www.youtube.com/watch?v=WAVjDYY_BB0);

НАЙЖОРСТКІШИЙ УДАР ПО ЛЬВОВУ! АТАКА на пологовий у СУМАХ! (<https://www.youtube.com/watch?v=YLhJfJWtpg>);

НАЙМАСОВАНИШИЙ УДАР ПО ЛЬВІВЩИНІ! (<https://www.youtube.com/watch?v=HORKRrJil8>);

МЕГАВИБУХ під Пітером! ЗСУ зірвали ДЖЕКПОТ. ТОПНІЗ Путіна відправили в НОКАУТ. В Кремлі ТРАУР (<https://www.youtube.com/watch?v=VxSNR-xbUck>);

Зеленський ШОКУВАВ про ПОКРОВСЬК. Колона РФ – ВДРУЗКИ. МЕГАУДАР по Росії.
https://www.youtube.com/watch?v=kw5wQdKP_Y0);

Увага! ТОТАЛЬНИЙ БЛЕКАУТ Белгорода, росіяни В ПАНИЦІ.
<https://www.youtube.com/watch?v=HsBeahWVBP4>);

ПЕКЕЛЬНА ніч для росіян! ЗСУ ЖАХНУЛИ літак Путіна. МЕГАВИБУХИ на РФ, аеропорти ЗАЧИНИЛИ <https://www.youtube.com/watch?v=490rw7ZW0Q0>);

Пекло в РФ: екстрена ЕВАКУАЦІЯ! <https://www.youtube.com/watch?v=38ouC-C0Ryw>);

ПРЯМО ЗАРАЗ! КАТАСТРОФА по всій РФ (ВІДЕО). Пекло ПОЧАЛОСЬ: ЕКСТРЕНА ЕВАКУАЦІЯ. Путін ТІКАЄ. https://www.youtube.com/watch?v=A_P_L2eLuZc);

Пекло у Покровську! Блекаут у Белгороді! <https://www.youtube.com/watch?v=Gjt8lj5H--w>);

5) лексеми на позначення терміновості: терміновий, терміново, екстрений, екстрено та ін., що змушують реципієнтів повірити у важливість трансльованих новин:

ТЕРМІНОВО з Києві після АТАКИ! Британія ДОСТРОКОВО передає РАКЕТИ!
<https://www.youtube.com/watch?v=kvGjCREObqI>);

Екстрено з СУМЩИНИ! Хуртовина в Карпатах і несподіваний ХІД ТРАМПА
<https://www.youtube.com/watch?v=aqSnLFVvix4>);

У росіян ЗВАЛИВСЯ МіГ під час АТАКИ! Терміново про ВІДКЛЮЧЕННЯ в областях
<https://www.youtube.com/watch?v=005iIDDB94>);

ЕКСТРЕНО! МАСОВАНИЙ удар ШАХЕДАМИ! Вибухи в Києві й Дніпрі! НОВИНИ НАЖИВО
<https://www.youtube.com/watch?v=FTPJqRhaU1A>);

ТЕРМІНОВО! ТРАМП оголосив ультиматум ХАМАСУ!
<https://www.youtube.com/watch?v=9StVWoKRCgQ>);

Путін ОЗВІРІВ і віддав ТЕРМІНОВИЙ НАКАЗ! Москва НА ВУХАХ. Росіяни ТАКОГО НЕ ЧЕКАЛИ
https://www.youtube.com/watch?v=FzZK_bL5Od8);

ЗАРАЗ! Трамп ВІДПРАВЛЯЄ ТОМАГАВКИ в Україну. Казахстан РОЗНОСИТЬ РФ. ЗРАДА Фіцо.
<https://www.youtube.com/watch?v=2huXdwbKzWM>);

ДЖЕКПОТ ДЛЯ ЗСУ! СИРСЬКИЙ оголосив ХОРОШІ НОВИНИ: НЕГАЙНЕ звернення. Тільки ПОСЛУХАЙТЕ, що заявив https://www.youtube.com/watch?v=jQ_5_4-8wAA);

6) лексеми стилістично марковані (вжиті в переносних значеннях, жаргонні та просторічні слова): увірватися, жახнути, вити, ошелешити, прилетіти, влупити, очманіти, вгатити, вляпатись, потерпати, розтрощити, кипіти, оскардитись, зачистка, «бавовна» тощо:

Трамп УВІРВАВСЯ з ЗАЯВОЮ по Україні! ВРАЗІВ про ВАЖЛИВЕ РІШЕННЯ для ЗСУ. Кремль НА ВУХАХ <https://www.youtube.com/watch?v=Om8v2r3Ui0g>);

ОЦЕ ЖАХНУЛИ по РФ! Росіяни ЗАВИЛИ. Трамп ШОКУВАВ Путіна указом.
<https://www.youtube.com/watch?v=Pl38rn2yEDU>);

МАСШТАБНИЙ БЛЕКАУТ! Армія РФ почала ЖАХЛИВЕ. Сибіга ОШЕЛЕШИВ заявою. ЖЕСТЬ на Запоріжжі <https://www.youtube.com/watch?v=EooS1fJM08c>);

Росіяни ПРОКИНУЛИСЬ від ВИБУХІВ! ПРИЛЕТІЛО по повній: ось, КУДИ ВЛУПИЛИ дрони ЗСУ
<https://www.youtube.com/watch?v=9fGAijnV9Bg>);

ЕКСТРЕНО! Мадяр РОЗНОСИТЬ Москву. В Криму пекло: такі удари ВПЕРШЕ.
https://www.youtube.com/watch?v=-y_zyVSdxTY);

ТРАМП оголосив таке, що УСІ ОЧМАНИЛИ! НОВА ЗАЯВА щодо УКРАЇНИ, у війні ПОВНИЙ РОЗВОРОТ. Слухайте! <https://www.youtube.com/watch?v=RG-RKnJMGXg>);

НОВИНИ: РОСІЯНИ вгатили ШАХЕДАМИ по бригаді ЕНЕРГЕТИКІВ! Шахедна атака на Київщину <https://www.youtube.com/watch?v=EcdWjlsym8Y>);

Меркель вляпалась у скандал. Прем'єр Нідерландів у Києві
<https://www.youtube.com/watch?v=fzX6gHnC4P4>);

Люди потерпають БЕЗ ВОДИ. Удар по ПЕЧЕРСЬКУ у Києві
https://www.youtube.com/watch?v=qHI3V3A_Y60);

ЗАЧИСТКА на Дніпропетровщині! Гучна заява ПРЕМ'ЄРА ПОЛЬЩІ!
<https://www.youtube.com/watch?v=pFc-xeyFxmng>);

РФ ГРОМИЛА енергетику України – КИЇВ ЗАРАЗ. Трамп знову ОСКАНДАЛИВСЯ
<https://www.youtube.com/watch?v=ABqzOquGOBg>);

Удари по енергетиці! «Бавовна» в Росії! Путін мріє про безсмертя!
<https://www.youtube.com/watch?v=d0xEqbmQ5CM>);

7) стилістичні фігури – повтори, градації:

Горить-палає завод у Єкатеринбурзі! Шостка відновлюється після блекауту! (https://www.youtube.com/watch?v=Ytmq0rp_osc);

У Путіна ЧП! ТАКОГО на Росії ЩЕ НЕ БУЛО. Вибухає, ПАЛАЄ, ДИМИТЬ усе: топбази в НОКАУТІ (<https://www.youtube.com/watch?v=CSH9xnFryP8>);

8) фразеологізми: дати жару, оце так ..., зірвати джекпот, на вухах (бути) тощо:

ПЕКЕЛЬНИЙ УДАР, Мадяр ДАВ ЖАРУ! Ошелешив українців після РОЗГРОМУ в Криму. (<https://www.youtube.com/watch?v=Gc9iQOhg8lk>);

ОЦЕ ТАК НОВИНИ! Росія почала першу фазу підготовки до війни з НАТО?! (<https://www.youtube.com/watch?v=N2Cvy19Azlc>);

МЕГАВИБУХ під Пітером! ЗСУ зірвали ДЖЕКПОТ. ТОПНІЗ Путіна відправили в НОКАУТ. В Кремлі ТРАУР (<https://www.youtube.com/watch?v=VxSNR-xbUCK>);

Трам УВІРВАВСЯ з ЗАЯВОЮ по Україні! ВРАЗІВ про ВАЖЛИВЕ РІШЕННЯ для ЗСУ. Кремль НА ВУХАХ (<https://www.youtube.com/watch?v=Om8v2r3Ui0g>).

Висновки й перспективи дослідження. Наведені приклади вживання експресивів у досліджуваних заголовкових комплексах свідчать, що автори контенту намагалися викликати у глядачів певні емоції – страх, занепокоєння, співчуття від сприйняття новин негативного змісту чи, навпаки, радість від новин позитивних. Лексеми, що вказують на терміновість інформації, створюють додатковий зміст важливості, актуальності новини, яку неодмінно треба переглянути. Характерно, що в одному заголовку сила впливу на споживача інтенсифікується поєднанням кількох лексем-експресивів та їхнім графічним оформленням – написанням суцільно великими літерами, що сприймається як додаткова експресія. Крім того, експресивності додає синтаксичне оформлення таких заголовків у формі окличних речень. Стилістично марковані лексеми, фразеологізми та риторичні фігури в заголовках також мають експресивне навантаження, викликаючи відповідну емоційну реакцію і бажання дізнатися подробиці новин. Отже, можемо констатувати, що експресиви в заголовках новин на платформі «Ютуб» справді мають на меті чинити емоційний вплив на реципієнтів і в такий спосіб маніпулювати їхнім бажанням споживати саме ці повідомлення.

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо у вивченні впливового потенціалу заголовків новин інтернет-видань.

ЛІТЕРАТУРА

- Альбота, С. М. (2019). Лінгвістична маніпуляція: поняття та типи. [У:] *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*, 16, 5–8.
- Бойко, Н. І. (2014). Лексичні експресиви як стилетвірні компоненти художнього тексту. [У:] *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 10: Проблеми граматики і лексикології української мови*, 11, 7–10.
- Бойко, Н. (2016). Семантична основа лексичної експресивності. [У:] *Лінгвостилістичні студії*, 4, 39–54.
- Бузько, С. А. (2024). Лексичні засоби експресивізації мови українських ЗМІ сучасного воєнного періоду. [У:] *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*, 65, 16–19.
- Видайчук, Т. і Видайчук, К. (2021). Маніпулятивні тактики в заголовках сучасних українських інтернет-видань. [У:] *Studia Philologica*, 2, 21–29.
- Головенко, К. В. (2024). Лінгвістичні особливості українських заголовків інформаційно-новинних текстів та способи їх перекладу англійською мовою. [У:] *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*, 2 (209), 93–99.
- Голота, Т. (2023). Маніпулятивні повідомлення в заголовках новинних інтернет-ресурсів. [У:] *Українське мовознавство*, 1 (53), 135–148.
- Дацишин, Х. (2021). Сучасний заголовок новин в українських інтернет-ЗМІ: між клікбейтом та інформативністю. [У:] *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика*, 2 (2), 76–82.
- Зайцева, С. С. (2021). Функції заголовків у новинній інтернет-журналістиці як засіб інформування про наукові досягнення. [У:] *Innovative pathway for the development of modern philological sciences in Ukraine and EU countries*. Riga. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-031-5-1> (дата запису: 05.09.2025).
- Здоровега, В. Й. (2008). *Теорія і методика журналістської творчості*. Львів, 276 с.
- Льченко, О. А. і Бондар, Д. В. (2020). Маніпулятивні заголовки в сучасному медіапросторі (на матеріалі україномовних інтернет-видань). [У:] *«Південний архів» (філологічні науки)*, LXXXIV, 146–150.
- Каленич, В. М. (2022). Інтертекстуальність заголовкових комплексів у медіатекстах. [У:] *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*, XLIV, 130–146.
- Коваль, Т. Л. (2011). Експресиви як безпосередній засіб репрезентації експресивної функції мови. [У:] *Актуальні проблеми слов'янської філології*, XXIV/2, 468–476.
- Кочан, І. М. (2008). *Лінгвістичний аналіз тексту*. Київ, 423 с.
- Красавіна, В. (2017). Заголовки-експресиви в сучасних інтернет-виданнях. [У:] *Культура слова*, 86, 214–222.
- Нетреба, М. (2013). Лексико-стилістичні особливості телевізійних заголовків. [У:] *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, 38, 340–346.
- Різун, В. В. (2008). *Теорія масової комунікації*. Київ, 260 с.
- Савчук, Р. (2020). Стилістичні засоби у заголовках сучасних медіатекстів: психолінгвістичний аспект. [У:] *Актуальні питання гуманітарних наук*, 34/4, 161–170.
- Сизонов, Д. Ю. (2020). Фразеологізм-заголовок як маніпулятивна домінанта медіатексту. [У:] *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*, XL, 58–70.

- Солодка, Л. І. (2016). Способи актуалізації медіазаголовків. [У:] *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, IV (16), І.: 95, 79–83.
- СУМ-20 – *Словник української мови online*. Томи 1–14 (А-ПРЕФЕРЕНЦІЯ). URL: <https://services.ulif.org.ua/expl/Entry/index?wordid=25129&page=835> (дата запису: 10.09.2025).
- Трішук, О. В. і Фіголь, Н. М. (2019). Мовні засоби увиразнення заголовків у сучасних медіа. [У:] *Поліграфія і видавнича справа*, 2, 87–95.
- Шаповалова, Г. В. (2011). Лексико-стилістичні особливості заголовків у сучасних українських друкованих ЗМІ. [У:] *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского Серия «Филология. Социальные коммуникации»*, 24 (63), 4/1, 204–210.
- Шульська, Н. М. і Зінчук, Р. С. (2021). Комунікативно-функційний потенціал заголовків у мові сучасних медіа. [У:] *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 5, 32 (71) / 2, 220–225.
- Юренко, В. (2025). Чому клікбейт надзвичайно ефективний в YouTube. URL: <https://dev.ua/blogs/posts/iurenko-1748436691> (дата запису: 01.10.2025).

REFERENCES

- Albota, S. M. (2019). Lihvistychna manipuliatsiia: poniattia ta typy [Linguistic manipulation: concepts and types]. [U:] *Aktualni problemy filologii ta perekladoznavstva*, 16, 5–8. (in Ukrainian)
- Boiko, N. I. (2014). Leksychni ekspresyvy yak styletviirni komponenty khudozhnogo tekstu [Lexical expressives as stylistic components of literary texts]. [U:] *Naukovyi chasopys NPU imeni M.P. Drahomanova. Serii 10: Problemy hramatyky i leksykologii ukrainskoi mowy*, 11, 7–10. (in Ukrainian)
- Boiko, N. (2016). Semantychna osnova leksychnoi ekspresyvnosti [The semantic basis of lexical expressiveness]. [U:] *Linhvostylistychni studii*, 4, 39–54. (in Ukrainian)
- Buzko, S. A. (2024). leksychni zasoby ekspresyvizatsii mowy ukrainskykh ZMI suchasnoho voiennoho periodu [Lexical means of expressiveness in the language of Ukrainian media during the current war period]. [U:] *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Ser.: Filolohiia*, 65, 16–19. (in Ukrainian)
- Vydaichuk, T. i Vydaichuk, K. (2021). Manipulyatvni taktyky v zaholovkakh suchasnykh ukrainskykh internet-vydan [Manipulative tactics in the headlines of contemporary Ukrainian online publications]. [U:] *Studia Philologica*, 2, 21–29. (in Ukrainian)
- Holovenko, K. V. (2024). Lihvistychni osoblyvosti ukrainskykh zaholovkiv informatsiino-novynnykh tekstiv ta sposoby yikh perekladu anhliskoiu movoiu [Linguistic features of Ukrainian headlines in news and information texts and methods of their translation into English]. [U:] *Naukovi zapysky. Serii: Filolohichni nauky*, 2 (209), 93–99. (in Ukrainian)
- Holota, T. (2023). Manipulyatvni povidomlennia v zaholovkakh novynnykh internet-resursiv [Manipulative messages in the headlines of online news resources]. [U:] *Ukrainske movoznavstvo*, 1 (53), 135–148. (in Ukrainian)
- Datsyshyn, Kh. (2021). Suchasnyi zaholovok novyn v ukrainskykh internet-ZMI: mizh klikbeitem ta informatyvniosti [Contemporary news headlines in Ukrainian online media: between clickbait and informativeness]. [U:] *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika»: zhurnalistyka*, 2 (2), 76–82. (in Ukrainian)
- Zaitseva, S. S. (2021). Funktsii zaholovkiv u novynii internet-zhurnalistytsi yak zasib informuvannia pro naukovy dosiahnennia [The functions of headlines in online news journalism as a means of informing about scientific achievements]. [U:] *Innovative pathway for the development of modern philological sciences in Ukraine and EU countries*. Riga. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-031-5-1> (data zapytu: 05.09.2025). (in Ukrainian)
- Zdoroveha, V. Y. (2008). *Teoriia i metodyka zhurnalistytskoi tvorchosti* [Theory and methodology of journalistic creativity]. Lviv, 276 s. (in Ukrainian)
- Ilchenko, O. A. i Bondar, D. V. (2020). Manipulyatvni zaholovky v suchasnomu mediaprostori (na materiali ukrainomovnykh internet-vydan) [Manipulative headlines in the modern media space (based on Ukrainian-language online publications)]. [U:] *«Pivdennyi arkhiv» (filolohichni nauky)*, LXXXIV, 146–150. (in Ukrainian)
- Kalenykh, V. M. (2022). Intertekstualnist zaholovkovykh kompleksiv u mediatekstakh [Intertextuality of headline complexes in media texts]. [U:] *Aktualni problemy ukrainskoi linhvistyky: teoriia i praktyka*, XLIV, 130–146. (in Ukrainian)
- Koval, T. L. (2011). Ekspresyvy yak bezposerednii zasib reprezentatsii ekspresyvnoi funktsii mowy [Expressives as a direct means of representing the expressive function of language]. [U:] *Aktualni problemy slovianskoi filologii*, XXIV/2, 468–476. (in Ukrainian)
- Kochan, I. M. (2008). *Linhvistychni analiz tekstu* [Linguistic analysis of text]. Kyiv, 423 s. (in Ukrainian)
- Krasavina, V. (2017). Zaholovky-ekspresyvy v suchasnykh internet-vydanniakh [Expressive headlines in contemporary online publications]. [U:] *Kultura slova*, 86, 214–222. (in Ukrainian)
- Netreba, M. (2013). Leksyko-stylistychni osoblyvosti televiziinykh zaholovkiv [Lexical and stylistic features of television headlines]. [U:] *Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii zhurnalistyka*, 38, 340–346. (in Ukrainian)
- Rizun, V. V. (2008). *Teoriia masovoi komunikatsii* [Theory of mass communication]. Kyiv, 260 s. (in Ukrainian)
- Savchuk, R. (2020). Stylistychni zasoby u zaholovkakh suchasnykh mediatekstiv: psykholinhvistychni aspekt [Stylistic means in the headlines of contemporary media texts: a psycholinguistic aspect]. [U:] *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, 34/4, 161–170. (in Ukrainian)
- Syzonov, D. Yu. (2020). Frazеологизм-заголовков як манипулятивна домінуюча медіатексту [Phraseological units in headlines as a manipulative dominant feature of media texts]. [U:] *Aktualni problemy ukrainskoi linhvistyky: teoriia i praktyka*, XL, 58–70. (in Ukrainian)
- Solodka, L. I. (2016). Sposoby aktualizatsii mediazaholovkiv [Ways of actualizing media headlines]. [U:] *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, IV (16), І.: 95, 79–83. (in Ukrainian)
- SUM-20 – *Slovnyk ukrainskoi mowy online* [Online Ukrainian language dictionary]. Tomy 1–14 (A-PREFERENTSIYA). URL: <https://services.ulif.org.ua/expl/Entry/index?wordid=25129&page=835> (data zapytu: 10.09.2025). (in Ukrainian)
- Trishchuk, O. V. i Fihol, N. M. (2019). Movni zasoby vyvraznennia zaholovkiv u suchasnykh media [Linguistic means of emphasizing headlines in modern media]. [U:] *Polihrafia i vydavnycha sprava*, 2, 87–95. (in Ukrainian)
- Shapovalova, H. V. (2011). Leksyko-stylistychni osoblyvosti zaholovkiv u suchasnykh ukrainskykh drukovanykh ZMI [Lexical and stylistic features of headlines in modern Ukrainian print media]. [U:] *Uchenyye zapiski Tavricheskogo natsionalnogo universiteta im. V.I. Vernadskogo. Serii «Filologiya. Sotsialnyye kommunikatsyy»*, 24 (63), 4/1, 204–210. (in Ukrainian)

Shulska, N. M. & Zinchuk, R. S. (2021). Komunikatyvno-funktsiinyi potentsial zaholovkiv u movi suchasnykh media [Communicative and functional potential of headlines in the language of modern media]. [U:] *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho. Seriya: Filolohiia. Zhurnalistyka*, 5, 32 (71)/2, 220–225. (in Ukrainian)

Yurenko, V. (2025). *Chomu klikbejt nadzvychaino efektyvnyi v YouTube* [Why clickbait is extremely effective on YouTube]. URL: <https://dev.ua/blogs/posts/iurenko-1748436691> (data zapytu: 01.10.2025). (in Ukrainian)

Подано до редакції 02.10.2025 року

Прийнято до друку 28.10.2025 року