

2. Садовой М., Бялик В. Фразеологічна картина світу vs. мовна картина світу в сучасній лінгвістиці. *Наукові записки*. 2019. Вип. 175. Серія: Філологічні науки. С. 112–115.

3. Галущук О. В. Формування комунікативної компетентності учнів і учениць профільної школи лексико-фразеологічними засобами української мови: магістерська робота; наук. керівник Ільяшенко Л. М. Кривий Ріг: Криворізький державний педагогічний університет, 2024. 94 с.

4. Урок з української мови «Основні групи фразеологізмів» // Методична розробка уроку з предмета «Українська мова». Черкаси : Черкаське вище професійне училище легкої промисловості, 2019. Урок № 12. Режим доступу: [https://vseosvita.ua/library/embed/01009ew3-c25b.docx.html?utm\\_source](https://vseosvita.ua/library/embed/01009ew3-c25b.docx.html?utm_source)

5. Сучасна лінгводидактика в Новій українській школі: проблеми, пошуки, здобутки: збірник матеріалів XI Всеукраїнської науково-практичної конференції / упор. та відп. за випуск Н. І. Скрипник, Г. В. Хоміцька, Ю. Б. Лебедь. Вінниця : КЗВО «ВГПК». 2025. 223 с.

**Чадюк М. О.,**

*PhD, старший викладач кафедри української мови*

*Національного університету «Києво-Могилянська академія»*

## **МОВНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІННОСТЕЙ НОВИН У ЗАГОЛОВКАХ ЮТУБ-ВІДЕО**

Новини відіграють важливу роль у формуванні громадської думки й інформуванні суспільства про найважливіші події. Водночас, як зауважує Р. Фаулер, новини не просто відбуваються, а й формуються журналістами [5], адже саме представники медіа визначають, які події обрати для висвітлення і як саме їх репрезентувати (процес, який називають медіацією [2, с. 32]). Відбір подій, що стануть новинами, здійснюють відповідно до низки критеріїв — цінностей новин (англ. *news values*), або, як перекладає цей термін В. Кулик, критеріїв вартості новинних продуктів [1].

Незважаючи на те що ця тема вже давно є об'єктом дослідження науковців [1; 4; 5; 6; 7], досі немає єдиної класифікації цінностей новин. З одного боку, деякі дослідники формують її з огляду на комерційність, тож критеріями для вибору подій, на їхню думку, є такі чинники, як аудиторія та бюджет видання. Зокрема, *Financial Times*, яка орієнтована на широку

аудиторію, часто пише про міжнародні події, на відміну від медіа, які орієнтовані тільки на британців. Бюджет також суттєво впливає на процес відбору новин: що дорожчим є висвітлення події, то менш вірогідно, що редакція її обере [7].

З іншого боку, цінності новин найчастіше розуміють як характеристики, що роблять певну подію вартою висвітлення в медіа [4, с. 40]. Зокрема, М. Беднарк і Г. Кепл виокремлюють дев'ять цінностей, як-от негативність події, її наближеність до аудиторії в часі, просторі, відомість осіб, які беруть участь у цій події, співзвучність з уявленнями про певні явища, впливовість, новизна, надзвичайність і персоналізація (пов'язаність з певною людською історією) [4], а Р. Фаулер підтримує позицію про 12 цінностей новин, зараховуючи до них також однозначність, пов'язаність з країнами-лідерами, подіями, про які медіа вже писали, тощо [5]. Таке потрактування цінностей новин відображає когнітивну перспективу на ці критерії [4]. Науковці також виокремлюють і дискурсивну перспективу, а саме «як новинність конструюють через дискурс (за допомогою мовних засобів і зображень)» [4, с. 44]. Попри те що ця тема набуває все більшої популярності, праць, які б аналізували, як цінності новин реалізуються на матеріалі української мови, обмаль, що зумовлює актуальність теми.

Мета цього дослідження — проаналізувати засоби, за допомогою яких реалізують цінності новин, а саме негативність та надзвичайність. Матеріалом було обрано заголовки новинних відео в ютубі, оскільки телеграм і ютуб є основними джерелами новин для українців [3]. Загалом було проаналізовано 116 заголовків ютуб-каналу «Телеканал Прямий» за період 12–18 липня 2025 року; вибір каналу зумовлений великою кількістю його підписників — 4,73 млн, що робить його одним із найбільш впливових новинних ресурсів ютуба.

Негативність події в заголовках реалізують низкою мовних засобів; насамперед словами різних частин мови, що мають негативні конотації [4], зокрема прикметниками *ганебний, незаконний, страшний*, іменниками *афера, зрадник, катастрофа, компромат, помилка, проблема, скандал*, дієсловами *брехати, викрити, зганьбитися, зірвати, маніпулювати, підкорити, побитися*,

*приховувати, тиснути, а також висловом поставити під загрозу, напр.: ПОРТНИКОВ: попереду найбільша катастрофа! 50 днів затягнуться на роки! АЛЕ В ТРАМПА З'ЯВИВСЯ ШАНС (16.07.25, Прямий); «НАС ХОЧУТЬ ПІДКОРИТИ!» Європа нажахана страшними прогнозами президента Франції! / ШКІЛЬ (15.07.25, Прямий); ГРАБСЬКИЙ: З ракетами для Петріотів виникла ВЕЛИЧЕЗНА ПРОБЛЕМА! Ось чому Рютте вмовляв Трампа... (15.07.25, Прямий).*

Часто мовні одиниці з негативною конотацією належать до розмовного стилю, як-от прикметник *лютій*, дієслова *вислужитися, віджимати, відмивати, відшити, зам'яти, переплюнути, посипатися, повертати, рознести, розпиляти* та ін., іменники *зашиквар, гризня, наглість, обладка, прислужники, різня, розпил, треш, схематоз, фарс, фікція, цирк*, вислови *полетіли голови, притиснути до стінки*, напр.: *Розпил* ковідного фонду та *провал* підготовки до ВТОРГНЕННЯ — як *вислужився* ШМИГАЛЬ / ПЕТРОВ, ГАРМАШ (16.07.25, Прямий); В ДБР вийшли із поясненнями обшуку в АНТИКОРУПЦІОНЕРА: влада намагається *зам'яти* справу / ТУКА (13.07.25, Прямий); НАКІ: Трамп в гніві від удару рф по Херсону! У Пентагоні *полетять голови* через паузу у поставках (13.07.25, Прямий).

Деколи негативність висловлюють не експліцитно, а імпліцитно — за допомогою пресупозицій, напр.: *Є підводні камені у заявах ТРАМПА: що не так із допомогою США? Пояснює ШАМШУР* (15.07.25, Прямий). Вислів «що не так» пресупонує, що допомога США містить якісь невідомі подробиці.

Ще однією цінністю новин, яку часто реалізують у заголовках, є надзвичайність. Як пояснюють М. Беднарк і Г. Кепл, що більше, наприклад, людей взяли участь у події, то вищою є її новинність. Маркерами надзвичайності на матеріалі англійської мови є прислівники та прикметники, що інтенсифікують певну ознаку події, згадки сильних емоцій, аналогії, порівняння, метафори [4, с. 220]. Подібними є мовні засоби надзвичайності й на матеріалі українських новин. По-перше, у новинних заголовках використовують прикметники *величезний, грандіозний, колосальний, небачений, титанічний*, а також *повний, реальний, справжній*, прислівники *жорстко,*

кардинально, критично, остаточно, стрімко, підсилювальну частку *геть*, прислівник *зовсім* та ін., напр.: *Трампа ПЕРЕЙШОВ НА БІК УКРАЇНИ: оголошено про величезний потік зброї з США, детально* (14.07.25, Прямий); *АЕРОПОРТИ, ТЕЦ оборонні заводи ГОРЯТЬ — Белгород, Пенза, Москва! ТАМАР: У рф почався справжній ХАОС* (14.07.25, Прямий); *ШАМШУР: з заявами Трампа НЕ ВСЕ ТАК ГЛАДКО! 50 днів це критично багато! За цей час путін встигне...* (16.07.25, Прямий).

По-друге, надзвичайність творять за допомогою слів, що позначають емоції, наприклад, іменників *істерія, паніка, шок*, дієслів *закипіти, приголомшити, розгніватися, шокувати*, дієприкметника *нажаханий*, напр.: *ГОРДОН: Трамп просто ЗАКИПІВ ПІСЛЯ МАСОВАНОГО удару рф по Україні! США дотиснуть путіна вже до...* (14.07.25, Прямий); *Це рішення Європи приголомшило всіх! Невже ЄС наважився? Кремль накриють наслідки / ШАМШУР* (18.07.25, Прямий); *НОВІ ЗАЯВИ ТРАМПА: шок! Путін більше не в друзях, США різко змінили позицію / РЕЙТЕРОВИЧ* (16.07.25, Прямий).

Надзвичайність зрідка реалізують й іншими засобами: а) прикметниками у формі найвищого ступеня порівняння, напр.: *ГРАБСЬКИЙ: найгірший сценарій для України вже неможливий — І ОСЬ ЧОМУ! Статистика не на користь рф* (14.07.25, Прямий); б) займенниками *все, нічого* для узагальнень, напр.: *ЦЕ НАЙКРАЩА НОВИНА! Істерика в Кремлі: до України надходить те, що може змінити все! / ГЕТЬМАН* (15.07.25, Прямий); в) числівниками, що наведені з метою перебільшення, напр.: *Калінінград за ТРИ ДНІ! У Кремлі виявилися безпорадними проти плану ТРАМПА / БЕРЕЗОВЕЦЬ* (18.07.25, Прямий).

Отже, негативність і надзвичайність можуть бути реалізовані за допомогою низки мовних засобів, що надають повідомленню більшої новинності. Перспективи дослідження вбачаємо у вивченні мовних засобів, що застосовують для реалізації інших цінностей новин.

#### Література:

1. Кулик В. Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки. Київ : Критика, 2010. 655 с.

2. Сіріньок-Долгарьова К. Г. Глобальний новинний дискурс: тенденції функціонування англомовних інтернет-медіа. Київ, Запоріжжя : Центр вільної преси, Запорізький національний університет, 2012. 182 с.
3. Українські медіа, ставлення та довіра у 2024 р. : опитування USAID-Internews щодо споживання медіа. URL: [https://drive.google.com/file/d/1kwsclr3Qm2QaqaIVv0\\_l4saWRFY\\_NXWb/view](https://drive.google.com/file/d/1kwsclr3Qm2QaqaIVv0_l4saWRFY_NXWb/view) (дата звернення 11.09.2025).
4. Bednarek M., Caple, H. News discourse. Bloomsbury Publishing, 2012. 288 p.
5. Fowler R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press. Routledge, 1991. 254 p.
6. Montgomery M. The discourse of broadcast news. A linguistic approach. Routledge, 2007. 246 p.
7. O'Neill D., Harcup T. News Values and Selectivity. *The Handbook of Journalism Studies* / ed. by K. Wahl-Jorgensen, T. Hanitzsch. Routledge, 2009. P. 161–174.

**Чайкіна В. К.,**

*здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти*

*спеціальності 035 Філологія*

*КЗ «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» ХОР*

**Гріщенко Р. С.,**

*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти*

*спеціальності 035 Філологія*

*КЗ «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» ХОР*

**Науковий керівник** – канд. філол. наук, доцент, доцент кафедри української

*лінгвістики, літератури та методики навчання*

*КЗ «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» ХОР*

*Романова І. В.*

**МОТИВ ДОМУ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ ОЛЬГИ ТОКАРЧУК «ДІМ  
ДНЯ, ДІМ НОЧІ» ТА ПОВІСТІ ЙОАННИ ЯГЕЛЛО «ВЕЧІР,  
СПОВНЕНИЙ ЧУДЕС»)**