

УДК 811.161.2'42[641.5(083.12):004.77]

DOI <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2024-208-12>

## ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАГОЛОВКІВ КУЛІНАРНИХ ВІДЕОРЕЦЕПТІВ (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНОМОВНИХ YOUTUBE-БЛОГІВ)

### LINGUOPRAGMATIC FEATURES OF CULINARY VIDEO RECIPE HEADLINES (BASED ON THE MATERIAL OF UKRAINIAN- LANGUAGE YOUTUBE BLOGS)

Волощенко Є. І.,

*orcid.org/0000-0001-6600-8302*

*аспірант кафедри загального мовознавства та слов'янознавства  
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара*

Статтю присвячено аналізу лінгвопрагматичних особливостей заголовків відеорецептів україномовних кулінарних YouTube-блогів. Особливу увагу приділено структурно-семантичній організації заголовків у відеорецептах. Безпосереднім об'єктом дослідження є заголовки відеорецептів сучасних україномовних кулінарних YouTube-блогів – «Закарпатська господиня», «Євген Клопотенко», «Лілія Цвіт», «Наші бесяги» та деяких інших. Матеріалом для вивчення слугували 460 заголовків, відібраних методом суцільної вибірки. Важливу роль у дослідженні спрямовано на опис прагматики заголовків. У статті проаналізовано лексико-семантичні групи заголовків відеорецептів, зокрема, проведено дослідження використання блогерами низки стилістичних фігур у заголовках. Важливе місце відведено засобам вираження заголовків відеорецептів. Також приділено особливу увагу структурній організації цього компоненту YouTube-блога. Заголовок у відеорецептах – елемент, який з'єднує автора та глядача на відеоплатформі YouTube. Кожен заголовок презентує для аудиторії автора відеоблога, знання, досвід, сприйняття світу ведучого, його розуміння глядачів тощо. Блогер, створюючи відео приготування будь-якої страви, свідомо обирає специфічні мовні знаки задля впливу на аудиторію. Для реалізації цієї мети потрібні лексичні, семантико-стилістичні, морфологічні та синтаксичні засоби. Встановлено, що для заголовків відеорецептів важливими є такі ознаки, як інформативність, лаконічність, точність, ясність, клішованість та експресивність. Для привернення уваги глядацької аудиторії відеоблогери використовують у заголовках відеорецептів розмовну та запозичену лексику, фразеологізми, різні види повторів, топоніми, діалектизми, метафори, епітети тощо. Структурно заголовки представлені через використання відеоблогерами різних видів простих і складних речень. Кожен проаналізований заголовок відеорецепту сформований за допомогою різномовних засобів, поєднує в собі кілька лексичних і граматичних особливостей, спрямованих на увагу та зацікавлення глядацької аудиторії.

**Ключові слова:** блогер, відеорецепт, заголовок, глядач, прагматика, YouTube-блог.

The article is devoted to the analysis of linguistic and pragmatic features of video recipe headlines of Ukrainian-language culinary YouTube blogs. Particular attention is paid to the structural and semantic organisation of headlines in video recipes. The direct object of the study is the headlines of video recipes of modern Ukrainian-language culinary YouTube blogs – «Zakarpatska hospodynia», «Yevhen Klopotenko», «Lilia Tsvit», «Nashi besahy» and some others. The material for the study was 460 headlines selected through the method of continuous sampling. An important role in the study is played by the description of the pragmatics of the headlines. The article analyses the lexical and semantic groups of video recipe headlines, in particular, the study of headlines for the use of a number of stylistic figures by bloggers. An important place is given to the means of expressing video recipe headlines. Special attention is also paid to the structural organisation of this component of a YouTube blog. The headline in video recipes is the element that connects the author and the viewer on the YouTube video platform. Each headline presents the video blog author's knowledge, experience, perception of the host's world, understanding of the audience, etc. to the audience. When creating a video of cooking a dish, a blogger consciously chooses specific language signs to influence the audience. To achieve this goal, lexical, semantic and stylistic, morphological and syntactic means are required. It has been found that the following features are important for video recipe titles: informative, concise, accurate, clear, clichéd and expressive. In order to attract the attention of the viewer audience, video bloggers use colloquial and borrowed vocabulary, phraseology, various types of repetition, place names, dialects, metaphors, epithets, etc. in their video recipe titles. Structurally, the titles are presented through the use of

different types of simple and complex sentences by video bloggers. Each analysed video recipe headline is formed with the help of multi-level linguistic means, combining several lexical and grammatical features aimed at attracting the attention and interest of the audience.

**Key words:** blogger, video recipe, headline, viewer, pragmatics, YouTube blog.

**Постановка проблеми.** Сьогодні одним із найпоширеніших способів передачі важливої та актуальної для багатьох глядачів інформації є кулінарні відеоблоги. За структурою вони поділяються на окремі відеорецепти. Щоб ці відеотвори були цікавими для глядацької аудиторії, блогер повинен вміло підібрати назву до кожного з них. Заголовки відеорецептів відображають кулінарну обізнаність автора, його бажання рекламувати свою діяльність, впливати на глядачів, навчати їх тощо. Така прагматика була б неможлива без використання численних лексичних і граматичних засобів мови.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Низку досліджень (Деркач, 2014; Збіглей, Мусурівська, 2015; Нечаюк, 2016) орієнтовано на стилістичну характеристику заголовків у науковому та публіцистичному стилях. Багато науковців досліджувало структурні та прагматичні особливості новинних заголовків (Пердейчук, Садовник-Чучвага, 2014; Ревенко, 2018; Савчук, Стрюк, 2022; Фадєєва, 2017; Цимбаліста, Котвицька, Лазебна; 2019). Більшість із цих досліджень пов'язана з англійською мовою. Л. П. Юлдашева комплексно описала структурно-семантичні та прагматичні особливості заголовків на матеріалі сучасної української літератури [14]. Заголовки ж відеоблогів, наскільки нам відомо, досі не ставали предметом окремого цілісного дослідження, з чим пов'язуємо **актуальність** нашої розвідки.

А. М. Коваленко визначає заголовок як лаконічне відображення соціальних, культурних, національних особливостей, які притаманні конкретному періоду, визначеному територіально чи геополітично [6, с. 27]. Таке визначення є правильним і для заголовка відеорецептів: це також «назва», яка має певну специфіку. З одного боку, заголовок є окремим мовним компонентом, що розташований перед основним відеопродуктом (має деяку самостійність). З іншого боку, заголовок є структурною складовою окремого відеорецепта та відеоблога в цілому (через аналіз заголовків надалі досліджуємо специфіку кулінарних YouTube-блогів).

Заголовок створює перше враження, яке спонукає до перегляду певної інформації, збуджуючи інтерес і привертаючи увагу. Саме це, на думку дослідника М. М. Антоновича, – його основне призначення. Тому більшість заголовків є чіткими, стислими повідомленнями, здатними зацікавити велику кількість аудиторії [1, с. 103]. Для заголовка характерні такі особливості, як інформативність, експресивність, виразність, структурна завершеність, точність [3, с. 147].

Ця характеристика заголовка співвідносна з його основними функціями, які виділила В. В. Зайцева: 1) функція композиційності (система «заголовок – текст – ілюстрація», де заголовки формують основний текст, але також розділяють його на логічні частини); 2) інформативна функція (спрямування аудиторії відразу на ідею твору без детального ознайомлення); 3) функція атрактивності / привернення уваги / рекламна (зосередження уваги на матеріалі за допомогою інтриг, сенсацій, провокацій тощо) [4]. До цих функцій можна ще додати риторичні функції, описані Л. А. Деркач: апелятивну (спонукальну) та оцінну (емотивну) [2, с. 81].

Для нашого дослідження найбільш важливим є синтез у заголовку номінативного (повідомлення конкретної інформації) та комунікативного (звернення до глядачів) аспектів [15, с. 830]. Заголовки завжди мають чітку мету – зацікавити потенційних глядачів, аби вони переглянули відеосюжет, отримали корисну, актуальну інформацію. Спочатку аудиторія лише переглядає назви, а вже потім детальніше знайомиться з тими відео, які найбільше вразили. Реалізація цієї мети потребує використання низки лінгвістичних засобів [12, с. 102].

О. В. Фадєєва виокремлює найбільш типові (домінантні) засоби прагматичного впливу, розподіляючи їх за 4 рівнями: фонетичним (алітерація та римування), лексичним (полісемія, топо-

німи та антропоніми, національні реалії, іронія, метафора, метонімія), морфологічним (ступені порівняння прикметників, категорії числа, часу та способу) та синтаксичним (риторичне запитання, називне речення, еліпсис, цитування) [11, с. 137–138].

**Мета статті** – лінгвопрагматична характеристика заголовків відеорецептів україномовних кулінарних YouTube-блогів.

Матеріалом дослідження є близько 460 заголовків відеорецептів кулінарних YouTube-блогів Євгена Клопотенка (ЄК, <http://surl.li/nhkdb>), Тетяни Литвинової (ТЛ, <http://surl.li/nhjzk>), Лілії Цвіт (ЛЦ, <http://surl.li/nhkdu>), Наталі Машики (НМ, <http://surl.li/nhjyg>), Лізи Глінської (ЛГ, <http://surl.li/nhjzc>) та блогів «Закарпатська господиня» (ЗГ, <http://surl.li/nhkdo>), «Наші бесаги – їжа та рецепти» (НБ, <http://surl.li/nhkdw>) і «Tandem АТ» (АТ, <http://surl.li/ostw>).

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Майже в кожному заголовку блогери використовують лексеми *секрет* (*секретний*), *смакота* (*смачно, смачний, смак, смакувати*), *справжній, тепер, (тільки) так (такий), всього, швидкий (швидко), простий (просто), домашній, бюджетний (дешевий, недорогий, доступний), новий (новинка, по-новому, знову), більше, лінивий, ніжний, завжди, корисний (корисно), легко (легкий), ідеальний (ідеально), соковитий (соковито), автентичний, аромат (ароматний)*. Часто в межах одного заголовку вжито дві та більше таких лексем, що постають маркерами (мовними кліше) прагматично значущої для глядача інформації.

Наведемо кілька прикладів: *Ароматні та соковиті: ідеальний рецепт запечених курячих гомілок* (ЄК); *Домашні чебуреки. Хрусткі, смачні, соковиті чебуреки з м'ясом! Прості секрети приготування з Лізою* (ЛГ); *Лечо з кабачків. Справжній смак літа. Вітамінна, корисна страва* (ЗГ); *Недорогий торт «Вишня-кокос». Новий торт з вишнями і кокосом* (ЛЦ).

Ця лексика спрямована саме на глядача. Для кухаря надзвичайно важливо, аби аудиторія дистанційно уявляла, що тут готують *смачно, просто, швидко, корисно, недорого* тощо, аби потім поширювала цю корисну, важливу інформацію для своїх друзів, родичів і знайомих. Блогер своєю чергою має дивувати, розповідати про актуальні для більшості людей страви, прислухатися до побажань глядачів.

Значна частина заголовків відеорецептів містить перелік основних продуктів, потрібних для приготування. Це дуже зручно, бо глядач відразу розуміє, наскільки це просто, доступно, цікаво, незвично. Також деякі інгредієнти використано як «відсутність чогось». Це потрібно для того, аби презентувати насамперед корисні властивості страв, адже чимало людей стежить за своїм здоров'ям і не вживає деяких продуктів. Наведемо кілька прикладів: *На сніданок, обід і вечерю – салат із буряка з апельсином і чорносливом* [ТЛ]; *Пісне шоколадно-апельсинове печиво з горіхами. Без яєць та масла!* [ЛГ]; *Без масла і сметани!* *Недороге арахісове печиво на олії* [ЛЦ].

У проаналізованих заголовках досить поширене позначення такої значущої для споживача інформації, як спосіб приготування страви. Теж два варіанти – де, як готувати та що можна не використовувати. Все створено для максимального комфорту й обізнаності глядацької аудиторії. Наприклад: *Ніжне полуничне суфле. Легкий, повітряний десерт без випікання. Простий рецепт від Лізи Глінської* [ЛГ]; *Не спробує тільки лінивий! 2 рецепти кексів у мікрохвильовці за 5 хв.! Швидкі кекси у чашиці* [ЛЦ].

Ще один спосіб маркування в заголовках – це інформація про призначення страви – також важливий момент, на який звертатимуть увагу глядачі. Для одних важливим є часовий період або певна ситуація, інші орієнтуються на дітей, хтось шукає щось цікаве з нагоди свят, а когось цікавлять деталі щодо різних страв. Ці запити також маркуються в заголовках, граматично виражені різними частинами мови, усіма можливими членами речення, словами, словосполученнями та реченнями. Наведемо деякі з них: *Святковий холодець в селі! Всі секрети прозорого і наваристого холодицю. Обов'язково загусне!* [НБ]; *Холодний домашній квас. В літню спеку те, що треба; Узвар на Святвечір у селі. Компот із сушениць на Різдво. Новорічне меню*

2024 [ЗГ]; *Неймовірно смачний хліб з вівсяних пластівців | Смачні вівсяні оладки з бананом на сніданок: три прості закуски під фільми | Курячі нагетси і соус барбекю | Сирні кульки* [ЄК]; *Плов з булгуру – для тих, хто дотримується правильного харчування; іноді – образні (метафоричні, гіперболічні) призначення: Домашнє морозиво для грайливого настрою; Домашній кетчуп із кабачка на зиму – соус на всі випадки життя; Гарбузовий кекс для осіннього настрою* [ТЛ].

У заголовках відеорецептів також є вказівка на джерело походження страви, що підкреслює широку обізнаність у кулінарній сфері чи занурює в приємні спогади, наприклад: *Квашені огірки в селі! Особливий рецепт від бабусь. Хрумкі та смачні* [НБ]; *Тістечка «Пеньочки». Бісквітні тістечка з дитинства. Рецепт тістечка з кремом «Пеньок»* [ЛЦ]; *Що їли козаки? Козацька страва – куліш* [ЄК].

Велика кількість заголовків відеорецептів містить топонімічні вказівки. Це свідчить про ерудицію кухаря, обізнаність у кулінарії, традиціях, способах приготування різних страв на теренах України та в багатьох країнах світу. Тут також маємо різні частини мови та члени речення. Наведемо кілька прикладів: *Книш – неперевершена українська страва за 30 хвилин; Рецепт соковитого курячого філе по-індійськи | Куряче філе із смачним гарніром* [ЄК]; *Найніжніший яблучний пудинг. Смачніше не буває. Просто тане у роті. Закарпатські колачі; Чорнобайвська житня паляниця з журавлиною. Чорнобайвський хліб у селі* [ЗГ].

Географічний маркер у заголовках відеорецептів використано в численних запозиченнях, етнографізмах і діалектизмах. Запозичена та діалектна (етнографічна) лексика може бути і загальновідомою, і знаною лише на певній території. Це своєрідне просвітництво аудиторії – знайомство не тільки з чимось простим, звичним, але і з автентичним або світовим кулінарним досвідом. Частину використаних запозичень блогери вживають в українському графічному варіанті (якісь слова вже давно стали загальноживаною лексикою), деякі – за допомогою латиниці, і частіше ще є вказівка на країну походження страви та, ймовірно, й іншомовного слова, наприклад: *Цей хот-дог вважається ідеальним в Америці! Я в захваті від смаку* [АТ]; *Ідеальний хліб для сандвічів зі смаком бейгл. Краще хліба не буває! Впорається кожна господарка!; Мавпячий хліб(monkey bread) – неймовірно смачна випічка для всієї родини* [НМ]; *Беру звичайний лаваш і фарш, а виходить той самий бухлавиш по-вірменськи; Французька класика – тарт татен з грушею* [ТЛ].

Діалектну (етнографічну) лексику в заголовках відеорецептів також, як правило, вжито в географічному контексті, аби можна було поїхати до цього регіону, надихнутися, спробувати саме той своєрідний смак або є пояснення, що це може означати, наприклад: *Узвар на Святвечір у селі. Компот із сушениць на Різдво. Новорічне меню 2024; Сивриші. Кучеряві галушки з бринзою та шкварочками. Закарпатська кухня* [ЗГ]; *Унікальні розрепанці з маштаркою. Пиріжки з давнини, які здивували своїм смаком. Рецепт з Поділля; Плетінка від діда-прадіда. Стручень з «пальками» у селі Воскресінці* [НБ].

Блогер – це не лише ерудит, але також і звичайна людина, яка бажає бути цікавою для своїх глядачів, краще їх розуміти, підтримувати. Мовлення кухаря стає більш образним, яскравим, спонтанним, емоційним, коли він презентує свою роботу широкому загалу. У заголовках відеорецептів це виражено за допомогою розмовної лексики (*Трушна паска за автентичним рецептом. Великдень 2023; медовик зі смородиною – прокачаний рецепт; Офігезне азу по-татарськи | Як приготувати азу з яловичини | Печеня* [ЄК]; *Завжди йде на «ура!» Пляцок з желе та полуницею; [ЛЦ]), метафори (Вареники з сиром, запечені в сметані. Очі змикаються від насолоди; Помідори, перець і ковбаса! Лечо по-закарпатськи з домашньою ковбасою. Мало не з'їли тарілки* [НБ]; *Яблучний штрудель – король осінніх десертів; Голубці по-новому – смачна магія на твої тарілки* [ТЛ]), епітетів (*Божественний грушевий пиріг з фініками | Пісний пиріг з грушами; Невагомі круасани | Рецепт листкового тіста | Круасани з листкового тіста*) [ЄК], фразеологізмів – у нормативному вигляді та трансформованих (*Особлива юшка з*

корона. *За вуха не відтягнеш!* Халасле – угорсько-закарпатська уха з риби; Різдва́ний борщ, який закохав у себе з першої ложки! Прикопчений секретним складником! Борщ в печі [НБ]; фокача без замісу – неймовірно смачна та легка в приготуванні випічка. Все детально від а до я [НМ]), гіперболи (*З'їдять до останньої банки!* Кабачки на зиму у пряній заправці [ЛЦ]; *Ти не зможеш зупинитися.* Хрумкі курячі гомілки з картоплею в духовці [ЄК]), уособлення (Мек-мек. *Качка з баношем чекає на ваші перегляди* | *Запечена качка* [ЄК]; *Домашній квас в селі. Магазинні напої ховаються!* [НМ]), антитези (*замість шуби та олів'є!* *Новий салат «Новорічний».* Це салат буде №1 на вашому столі! [НМ]; *Мінімум інгредієнтів – максимум смаку.* Тушковані курячі гомілки [ЄК]) та іронії / каламбуру (*Провокаційний вінегрет. Прощайте нудні салати* [ЄК]; *Що їдять бандери? Бендерики з м'ясом.* Смачні, ситні та ніжні [ЗГ]).

Чимало заголовків відеорецептів мають інформацію зі значенням «кількість», тобто вказівку на час приготування та конкретні інгредієнти. Це теж дуже важливо для аудиторії, бо значна кількість глядачів не має багато часу на приготування та не завжди має можливість придбати екзотичну їжу. Наведемо кілька прикладів: *5 видів салатів на кожен день і на свята. 5 видів заправок. Без майонеза! Корисно і доступно!* [ЛГ]; *Ледачі хачапури на кефірі всього за 10 хвилин!* [ТЛ].

Кухар, звичайно, аналізує повсякденність, розуміє, що відбувається, які навколо складні обставини. Згадування в заголовках деяких прикмет часу, що не потребують додаткових пояснень для членів однієї лінгвокультурної спільноти, спрямоване на актуалізацію спільної апперцепційної бази автора з глядачами, інтимізацію стосунків з потенційним адресатом: *Печиво смайлики для ЗСУ. Все буде Україна!* [НМ]; *Навіть, коли нема світла! Рецепт без випічки! Торт Наполеон за кілька хвилин* [ЛЦ]; *А ми вишню з сиром у пиріг покладемо, за рідненьку Україну ворога зламаємо! Все буде Україна!* [ЗГ].

Велика кількість заголовків відеорецептів містить різного роду повтори семантично значущих елементів мови. У проаналізованому матеріалі зафіксовано такі види повторів: словотвірні повтори (*Маринований виноград. Таємниці маринаду; Ідеальний десерт: яблучний пиріг з карамелізованими яблуками* (ЄК); *Поклали ВСЕ в тарілку, додали хріну і перемішали. Мішанина на Великдень! Великодній салат* (ТЛ)); лексичні повтори (*Сімейний борщ Євгена Клопотенка з кропивою | Рецепт борщу | Українська кухня* (ЄК); *Глазуровані сирки з полуничною начинкою. Простий рецепт корисних та смачних сирків від Глінської* (ЛГ)); синонімічні повтори (*Особлива юшка з корона. За вуха не відтягнеш! Халасле – угорсько-закарпатська уха з риби; Квашені яблука. Найпростіший рецепт. Мочені яблука на зиму* (ТЛ)); комбіновані повтори (*Сливовий пиріг для всієї родини. Швидко, смачно і доступно! Готуємо пиріг зі сливою із Глінською* (ЛГ); *Пиріг з вишнями. Вийшов просто казковий десерт з вишень! Торт з вишнями* (ТЛ)).

Кулінарний відеоблогер – творча особистість, яка обмірковує рецепти, прописує кожен крок і вигадує нові елементи. Граматично це виражено в словотворі, коли за допомогою словоскладання в заголовках з'являються одиниці на позначення нових комбінацій смаків або нових понять, наприклад: *Недорогий торт «Вишня-кокос». Новий торт з вишнями і кокосом; Зможе кожна мама! Новорічні тістечка-ялинки* [ЛЦ].

Серед граматичних засобів поширеним є використання прислівника *дуже* та його синонімів, аби глядач також був у захваті та хотів спробувати чи приготувати запропоновану страву, наприклад: *Максимально простий рецепт шоколадного брауні з вишнею; Неймовірно проста і смачна їжа | Запечена картопля з салом | Страва за 30 хвилин* [ЄК]; *Ідеально хрусткі вафлі! Рецепт вафель на рисовому борошні; Авторський рецепт! Заварний чизкейк. Дуже ніжний та вишуканий!* [ЛЦ]; *Шалено смачний рецепт величезних страусиних ніжок! Тушковані на багатті стегенця* [АТ].

Із цією ж метою впливу на глядача автори блогів використовують такий граматичний засіб, як уживання вищого та найвищого ступенів порівняння прикметників. Наведемо кілька при-

кладів: **Кращий за будь-який торт** – малиново-йогуртовий тарт [ТЛ]; **Смачніших ще не пробувала! Огірки «Французькі»**. Новий рецепт маринованих огірків [ЛЦ]; **Як приготувати найкреативніший курячий рулет** [АТ].

У заголовках відеорецептів є приклади використання демінутивів серед іменників і прикметників. Це емоційна складова мовлення блогерів, засіб вираження їх захоплення кулінарією, поцінування ними продуктів, поваги до різноманітних смаків: **Пухенький зі скоринкою хліб з буряком та шинкою** | Рецепт тіста на хліб [З]; **Пухкі, запашні, смачні дріжджові булочки з родзинками чи шоколадом**. Готуємо разом із Лізою Глінською [ЛГ]; **Сивриші. Кучеряві галушки з бринзою та шкварочками**. Закарпатська кухня [ЗГ].

Приготування страв, як і будь-який інший вид діяльності, потребує певних вказівок, команд. Із цією метою в заголовках відеорецептів широко використовують форми імперативу (в однині чи множині), які виражають чіткий наказ, лагідне прохання, дружню пораду тощо. Наведемо кілька прикладів: **Приготуйте найкращий м'ясний рулет у своєму житті за цим рецептом**; **Обов'язково приготуй!** Швидкі пиріжки з маком в духовці [ЄК]; **Готуй хоч щодня! Літній абрикосовий пиріг**. Рецепт шоколадного пирога з абрикосами [ЛЦ].

Заголовки відеорецептів містять форми трьох основних часів. Минулий час – це отриманий кулінарний досвід, факт із життя, актуальний для певної страви. В теперішньому часі, як правило, показано чіткі процеси, дії блогера. Майбутній час пов'язаний із перспективними, успішними кулінарними проектами.

Наведемо кілька прикладів: **Картоплю замінила цим неймовірно смачним гарніром**. Всі в повному захваті! Приготуйте і ви! [НМ]; **Пекла на ювілей свекрухи**. Шоколадно-вишневий торт; **Привезла рецепт із Закарпаття! Традиційні томбовці зі сливами!** [ЛЦ]; **(Готую на святковий стіл! Рулет з лаваша «Мімоза»**. Ідея на Новий рік; **Вдаються завжди! Перевірений рецепт пампухів; Постійно їх роблю!** Заготовки на піцу в морозилку! [ЛЦ]; **Ці закрутки точно з'їдять!** Овочево асорті на зиму; **Буду пекти на свята!** Новий пляцок «Мармуза». Пляцок з киселем [ЛЦ].

У заголовках відеорецептів є багато прикладів із неповними та еліптичними реченнями, коли може бути пропущено як одне, так і більше слів, які можна приблизно відновити та без яких також усе зрозуміло. Глядачі цінують чіткість, лаконічність заголовків, тому лише кілька слів надають інформаційної насиченості, наприклад: **Цвітна капуста швидкого приготування**. Ідеально (пасуватиме) до шашлику та м'яса на грилі [НМ]; **Медовик на сковорідці без випікання? Легко (можна зробити)!** Смачний торт зі сметанним кремом на кожен день і на свята; **Пісне шоколадно-апельсинове печиво з горіхами**. (Готуємо) Без яєць та масла! [ЛГ].

Прості речення у складі заголовків мають кілька видів ускладнень. Передусім це однорідні члени речення, серед яких є приклади з різними частинами мови. Як правило, це потрібно, аби точно назвати всі потрібні інгредієнти рецептів (рідше – повідомити про їх відсутність): **Три найкращих рецепти картоплі: пюре, смажена та конфі** [ЄК]; **Корисні овочево-м'ясні котлети в духовці для дітей та дорослих**. Смачні, соковиті, без борошна [ЛГ]; **Літній торт з ягодами з лимонним відтинком**. Просто тане у роті, неймовірно смачний [ЗГ]. Другий тип ускладнень – це прикладка: **Хрустке горіхове безе – Краківське тістечко**. Домашнє печиво швидко та смачно з Лізою Глінською [ЛГ]. Третій елемент ускладнення структури – це порівняльні конструкції: **Найкраща закрутка! Кабачки, як шашлики!** Рецепт кабачків на зиму; **М'якенькі, як бавовна!** Медові булочки. Рецепт домашніх булочок з медом [ЛЦ].

Вплив на глядача кулінарні блогери створюють за допомогою питань-уточнень. Вони потрібні передусім для того, аби з'ясувати наявність певних інгредієнтів, рідше – про побажання. У такий спосіб кухарі намагаються довести, що навіть кількох продуктів достатньо для приготування дуже хорошої страви. Серед таких питань є чимало непоширених речень, наприклад: **Солоне чи солодке? Сніданок за 5 хвилин з лаваша; Набрид шашлик? Фаршировані шампінйони смачніші за найсмачніший шашлик** [ТЛ]; **Є гарбуз та яйця? Готуємо смачні гарбузяники** [НБ].

У заголовках відеорецептів є значна кількість односкладних речень різних видів. Серед них переважають називні, які формують інформаційну насиченість, чітко окреслюють зміст відеорецепта: *Швидкий пиріг. В чому різниця між білим і жовтим сиром; Сухе кийське варення. Відроджена українська страва; Геніальна страва з простих продуктів | Крем-суп Вішисуаз [ЄК].* Також блогери вживають інфінітивні речення, аби дати певні завдання, спонукати до приготування страв: *Просто все змішати! Лівні пиріжки з того, що залишилося після свят!; Варто робити більше! Готовий обід у банці [ЛЦ].* З цією метою використано також означено-особові речення: *Літній рецепт з домашньої кукурудзи! Обов'язково спробуйте [АТ]; Давня українська коцюрба. Беремо сало, картоплю та трохи тіста і робимо поживну смакоту [НБ].* Безособові речення – це авторські емоції, побажання, зацікавлення тощо: *Розлітається зі столу миттєво! Млинці на кефірі з окропом. Смачні млинці із простих інгредієнтів! [НМ]; Білений борщ на ребрах. Хочеться постійно добавки. Підбиваний борщ [НБ].* Неозначено-особові речення, як правило, повідомляють про вже здійснений факт: *Гарбузовий пиріг. З'їли смакоту за 5 хвилин! Неймовірна гарбузова начинка; Картопля на мангалі! Спробували і відразу полюбили. Рецепт печеної картоплі на вугіллі [НБ].*

Серед складних речень у заголовках відеорецептів маємо найбільше складнопідрядних означальних, безсполучникових і дещо менше складнопідрядних часу та з'ясувальних. Для блогера важливо чітко зазначити, що він готує, які використовує техніки та інгредієнти, зробити важливі акценти. Складнопідрядні речення з підрядними означальними звичайно містять інформацію про використані інгредієнти, якісні характеристики страв: *Три смачні страви з кабачків, які варто спробувати вже сьогодні; [ЄК]; Гарбузовий крем-суп, який зігріє холодною осінню [ТЛ].* Складнопідрядні речення з підрядними часу аргументують актуальність деяких страв, указують на той часовий період, коли слід готувати певні рецепти: *Вареники з вишнями в селі. Тільки досягає вишня, робимо повну миску! Можна їсти і в піст [НБ]; Печу влітку, доки є персики. Швидкий пиріг з персиками [ЛЦ].* Безсполучникові речення більш повно презентують авторські страви, друга частина їх часто уточнює назву: *Смачне відкриття: гратен із буряка з соусом бешамель; Традиційне українське різдвяне печиво: історія та рецепт коржика [ЄК].*

Це окремі риси на лексичному, морфологічному та синтаксичному рівнях. Але кожен заголовок поєднує в собі кілька особливостей, наприклад: *Як ідеально смажити яйця | Французький омлет | Готуємо скрембл [З].* Маємо заголовок, який складається з трьох простих речень. Всі речення є односкладними, серед яких перше – інфінітивне, друге – називне, третє – означено-особове. Є вказівка на країну походження страви (*французький*) та якісну характеристику (*ідеально*). Також у цьому заголовку є синонімічні повтори: (*смажити*) *яйця* – (*французький*) *омлет* – *скрембл*. Слова *омлет* і *скрембл* є запозиченнями.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Заголовок відеорецепта – це важливий компонент YouTube-блога, що містить стислу, чітку інформацію для подальшого більш детального ознайомлення, спрямовану на зацікавлення певними стравами, рекламу відеоблогу, подальше поширення цікавої, актуальної для глядачів інформації. Створюючи заголовки відеорецептів, блогер обирає низку лексичних, семантико-стилістичних, морфологічних і синтаксичних засобів, які б допомогли поділитися власним кулінарним досвідом, навчити нового, дати життєво необхідні поради тощо. Ці заголовки характеризуються простотою, інформаційною насиченістю, ясністю, клішованістю та експресивністю.

Для привернення уваги блогери використовують розмовну та запозичену лексику, топоніми, діалектизми, етнографізми, кількісні числівники, демінутиви, фразеологізми, мовні кліше. Серед засобів виразності в заголовках є такі, як повтор, метафора, епітет, уособлення, антитеза, гіпербола, каламбур, порівняння. За структурою більшість заголовків мають у своєму складі різні типи речень: прості (односкладні: називні, інфінітивні, безособові, означено-особові та неозначено-особові; двоскладні: поширені, непоширені, ускладнені різними компонен-

тами, неускладнені), складні (безсполучникові та складнопідрядні з підрядними реченнями різних типів).

Подальше вивчення структури, семантики та прагматики заголовків відеорецептів буде корисним і важливим для загальної характеристики дискурсу кулінарних відеоблогів. Перспективним також є подальший розгляд окремих способів впливу на глядача, аналіз стилістичних особливостей і структурної організації заголовків.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Антонович М. М. Функції газетних заголовків, виражених сполученням типу NNN. *Іноземна філологія*. 1992. № 103. С. 103–110.
2. Деркач Л. А. Риторичні функції газетних заголовків. Типологія та функції мовних одиниць: наук. журн. / редкол.: Н. М. Костусяк (гол. ред.) та ін.; Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки. Луцьк, 2014. № 1. С. 76–85.
3. Євграфова А. О. Заголовок як актуалізатор текстової інформації. *Стиль і текст*: зб. наук. ст. / за ред. В. В. Різуна; Ін-т журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. Київ, 2003. № 4. С. 141–147.
4. Зайцева В. В. Функції газетного заголовка. URL: <http://surl.li/prfpg> (дата звернення: 26.01.2024).
5. Збіглей І., Мусурівська О. Стилістичні особливості заголовків у публіцистичному та науковому стилях. *Науковий вісник Чернівецького університету. Серія «Германська філологія»*. 2015. №751. С. 79–86.
6. Коваленко А. М. Заголовок англomовного журнального мікротексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика (на матеріалі тижневика Newsweek): дис. канд. філол. наук: 10.02.04 / Київський національний лінгвістичний ун-т. Київ, 2002. 187 с.
7. Нечаюк І. О. Функціонально-стилістичні особливості заголовків англomовних новинних медіатекстів політичного дискурсу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Перекладознавство та міжкультурна комунікація*. 2016. Вип. 5. С. 27–30.
8. Пердейчук Т. І., Садовник-Чучвага Н. В. Семантико-стилістичний аналіз заголовків англomовних статей про Україну. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. 2014. Випуск 44. С. 226–229.
9. Ревенко В. Прагматичні особливості заголовків сучасних британських і американських інтернет-видань. *Південний архів. Філологічні науки*. 2018. Вип. 73. С. 125–129.
10. Савчук І. С., Стрюк Н. В. Структурно-граматичні особливості заголовків в англійськомовному публіцистичному дискурсі (на матеріалі видання «National Geographic»). *Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету імені Василя Стуса. Сер.: Філологія*. 2022. Вип. 14. Том 1. С. 185–188.
11. Фадєєва О. В. Функції та засоби прагматизації газетних заголовків. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2017. №27. Том 2. С. 135–139.
12. Цимбаліста М. М., Котвицька В. А., Лазебна О. А. Структурно-семантичне наповнення й комунікативно-прагматичні характеристики новинних заголовків сучасної німецькомовної преси. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2019. № 41. Том 2. С. 101–105.
13. Юлдашева Л. П. Лексико-семантичні особливості заголовків сучасної літератури. *Вісник Донецького національного університету. Серія Б: Гуманітарні науки*. Вінниця: ДонНУ ім. Василя Стуса, 2015. № 1–2. С. 327–331.
14. Юлдашева Л. П. Структурно-семантичні та прагматичні особливості заголовків художніх творів кінця ХХ – початку ХХІ ст.: дис. канд. філол. наук: 10.02.01. Черкаси, 2018. 271 с.
15. Kintsch W. S. The role of rhetorical structure in text comprehension / W. S. Kintsch, J. Yarborough. *Journal of Educational Psychology*. 1982. Vol. 74, № 6. P. 828–834.