жально-зображувальних можливостей такої багатої, милозвучної, мелодійної мови у лексичному, стилістичному, орфоепічному та особливо художньо-образному плані» [2, 36].

За французьким науковцем Івом Аньєсом, однією із головних функцій преси є віддзеркалення. Читач любить, щоб йому говорили про нього. Він хоче знаходити у своїй газеті частку свого життя, своїх проблем. Він мусить мати змогу, принаймні символічно, бачити там своє відображення як у дзеркалі. Зважаючи на це, використання розмовної та просторічної лексики на сторінках друкованих видань є цілком виправданим. Передача основних фактів, інтерпретація подій живою мовою, яку використовують мільйони осіб, значно наближає читача до бажання прочитати такий матеріал [1, 78].

Тому, використання розмовної та просторічної лексики на сторінках друкованих ЗМІ наближають тексти до читача, і використання такої лексики є виправданим, якщо лексика вжита доречно та відхилення від мовних норм не заважає авторитетності видання та не псує його імідж.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аньєс І. Підручник із журналістики: Пишемо для газет / І. Аньєс. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013. – 544с. 4
2. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: Навчальний посібник. - Львів: ПАІС, 2000. - 180 с. 3
3. Стилістика української мови: Підручник/Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко, О. М. Мацько; За ред. Л. І. Мацько. — К.: Вища шк., 2003. — 462 с. 2
4. Сучасна українська літературна мова: Підручник для студентів філолог. спец. вузів. -К.: Вища шк., 1997. -492, с. 1

**Хрущ Г. В.,**
студентка,
Ужгородський національний університет

## ЗАГОЛОВОК ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОВІДОМЛЕННЯ ЯК ЗАСІБ ЕМОЦІЙНОГО ВПЛИВУ НА ЧИТАЧА

Невід'ємною частиною тексту є заголовок. Він відіграє найважливішу роль при створенні матеріалу. Коли реципієнт бере до рук видання чи відкриває електронний ресурс, то перш за все, він бачить заголовок. І так, гортаючи першу, другу, третю та інші сторінки основна увага реципієнта приділяється саме назві мате-

ріалу. Вона покликана розповісти головну ідею, його суть. Разом із цим, він має відповідати іншим стандартам даного жанру.

Від того, наскільки вдало автор подав назву залежить чи зверне увагу, а далі і відповідно прочитає його реципієнт чи ні. Останнім часом журналісти не надають великого значення побудові заголовку, тому використовують прості стерті фрази (мовні штампи), котрі роблять мовлення не експресивним, а навпаки зневиразнюють його. Переважна більшість дослідників справедливо зазначають те, що покликання заголовків – у лаконічній і яскравій формі попереджати реципієнта про зміст публікації, полегшуючи її сприйняття.

Будь-який журналістський матеріал потребує назви. Саме від неї залежить чи буде стаття читабельною, чи ні. Оскільки, на шпальті газети заголовок найпомітніший, то й вимоги до нього особливі. Створення цікавого, оригінального, інформативного та водночас зрозумілого заголовку потребує таланту, літературного вміння й журналістського хисту від автора. Безперечно, на його створення може піти більше часу, ніж на написання самого матеріалу. Проте оскільки вплив на аудиторію великий, то відповідно, він має нести в собі інформацію, яка одразу зацікавить реципієнта. Разом із цим, заголовок є ще невід'ємним елементом дизайну. У його змісті, характері проявляється обличчя редакції, видання та конкретного автора.

Заголовок увиразнює твір, його специфічну природу, і є вихідним моментом творення його тематичної, композиційної та сюжетної цілісності. «Назва твору, звернена до всього комплексу знань і життєвого досвіду читача, стимулює у нього роботу думки, розкриває інтелектуальний потенціал, примушує вступати в діалог з автором і його добою, налаштовує на певний «горизонт очікування», спонукає прогнозувати розгортання змісту твору» [1, 537].

Науковець Ю. Лазебник ще в 60-ті роки XX століття підкреслив, що сюжетні прийоми в журналістиці органічно зв'язані з технікою заголовка. Заголовок є тією частиною твору, яка першою показує читачеві, наскільки він сповнений новизною і чи його автор має свій кут зору на події та явища життя. Тому є найпершим свідченням рівня літературної майстерності журналіста. Крім зацікавленості аудиторії для заголовку ще важливо, щоб відображав суть матеріалу. Він повинен містити ту тему, котра є головною у журналістському матеріалі, а від неї підтеми або підзаголовок, які є похідними. Бо ж навіть якщо читач зверне увагу на цікавий заголовок, але він не відображатиме того, про що йдеться у статті, то довіра до автора в аудиторії пропаде. Довгий,

розтягнутий заголовок втомлює читачів, вимагає від них зусиль, щоб прочитати його до кінця. У редакціях часто говорять, що газетний заголовок повинен «працювати». Це означає, що він має бути цікавим настільки, щоб привернути увагу читача, навіть заінтригувати його, і вже потім спонукати прочитати або хоч би проглянути статтю. Найкраще «працює» короткий заголовок, який стисло та енергійно виражає головну думку матеріалу [4].

До прикладу, на онлайн ресурсі «Закарпаття онлайн» переважають заголовки інформаційних конструкцій: «США проведуть випробування з перехоплення ракет КНДР» («Закарпаття онлайн» 12.04.2017), «Росія стала основним постачальником вугілля в Україну – ЗМІ» («Закарпаття онлайн» 14.04.2017), «Держбанк почав видавати безвідсоткові кредити на купівлю електромобілів» («Закарпаття онлайн» 12.04.2017), «Гройсман запропонував удвічі збільшити оборонний бюджет» («Закарпаття онлайн» 13.04.2017), «США готові завдати превентивного удару по КНДР» («Закарпаття онлайн» 15.04.2017), «Росія не братиме участі в Євробаченні та не транслюватиме його»(«Закарпаття онлайн» 15.04.2017).

«Закарпаття онлайн» використовує також інтригуючі речення для впливу на читача: «В основі конфлікту «Москальпатрульні/керівництво УПП» лежить сценарій «рейдерського захоплення» «нової поліції» «старими ментами» («Закарпаття онлайн» 19.04.2017).

Натрапляли на занадто короткі та на завеликі заголовки: «Жінку, що на Великоберезнянщині під час пиятики вбила палицею 38-річного чоловіка, затримано із оголошенням підозри» («Закарпаття онлайн» 20.04.2017), «Чоловіка, котрий стріляв у суперника поблизу ресторану в Берегові, взяли під варту із заставою у 80 тис грн» («Закарпаття онлайн» 19.04.2017), «Угорські урядовці прибули на Закарпаття, аби спитати про гальмування об'їзної навколо Берегова» («Закарпаття онлайн» 21.04.2017), «В Ужгороді охоронець нічного клубу, не розрахувавши силу при виконанні роботи, тепер має кримінальне провадження» («Закарпаття онлайн» 11.04.2017), «Закарпатські митці в рамках одноденного пленеру «Квітка сакури» зображатимуть міські принади, а відтак розгорнуть виставку» («Закарпаття онлайн» 22.04.2017), «Fire Life Fest в Ужгороді цьогоріч очікують як особливо масовий і готуються до встановлення «вогняного» рекорду» («Закарпаття онлайн» 22.04.2017), «На конференції KMKSZ переобрали Брензовича і засудили дії української влади щодо зміцнення статусу державної мови та ліквідації подвійного громадянства» («Закарпаття онлайн» 22.04.2017), «Мова України. Приклад

Європи»(«Закарпаття онлайн» 17.04.2017,) «Заборонити не значить дозволити» («Закарпаття онлайн» 19.04.2017), «Словацький ренесанс»(«Закарпаття онлайн» 11.04.2017).

Цікаво, що у старих виданнях таких як «Хлібороб», «Рідний край», «Рада» та інших заголовки використовували лише для того, аби розділити матеріали між собою, тобто суцільний текст розбити на частини, аби було зрозуміло, де про що йдеться. Ця властивість є і зараз, проте в сьогоденні заголовок потребує постійної роботи над собою, не аби якого професіоналізму та досконалих якостей. Вони є невід'ємним елементом дизайну видання, роздрібнюють масу тексту і тим самим сприяють кращому та легшому сприйняттю для реципієнтів. «Окрім своїх дизайнерських можливостей, він виконує безліч інших функцій. Заголовок, перш за все виконує номінативну функцію, тому покликаний дати аудиторії уявлення про наступне повідомлення. Інформаційна, яка сприяє кращому сприйняттю реципієнтом написаному, відображає зміст матеріалу. Також може виконувати рекламну, пропагуючи у назві матеріалу якийсь товар, організацію тощо. Разом із тим, найголовніше для заголовків це привернення уваги аудиторії. Для видання, що вступило у конкуренцію на ринку інформації, публікація текстів з ефектними заголовками, що залучають увагу аудиторії, означає використання важливого чинника, здатного привести до успіху на цьому ринку» [5].

Розглядаючи загальні функції заголовків, відзначимо, що перш за все він повинен бути зрозумілим для реципієнта, оскільки доведено, що більшість осіб, котрі бачать видання спочатку читають заголовок, а потім вже статтю. У матеріалі потрібно знайти проблему, причину написання і винести її у графічно виділену частину полоси. Останнім часом журналісти прагнуть урізноманітнювати свої навички, тому експериментують над створенням експресивних заголовків. Саме такі назви і найбільше вражають аудиторію, бо запам'ятовуються і викликають прихильність і до журналіста, і до видання. З комерційної точки зору в умовах конкуренції від назви залежить чи буде попит на видання. Тому деякі видання можуть дозволити собі наймати працівників, у роботу яких входить тільки створення заголовку. Безперечно, таких газет небагато, проте все ж таки вони існують. Тому є й певні вимоги до створення назв. До прикладу, Джо Вітале, відомий консультант з маркетингу та автор багатьох книг, зазначає своє бачення до створення заголовків. «Зокрема, потрібно привертати увагу аудиторії звертаючись прямо до неї, подаючи рекламу як новину та починати зі слів, які кидаються в очі» [3].

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Галич В. Заголовок у структурі змісту й форми публіцистичних творів Олеся Гончара / Валентина Галич // З.п. Науково-дослідницького центру періодики. – Л. – 2013. – Вип. 11. – 886с.
2. Закарпаття онлайн [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakarpattya.net.ua. – Назва з екрана.
3. Как написать заголовок. 30 советов от Джо Витале [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.myrubicon.ru/2011/07/21/kak-napisat-zagolovok. – Назва з екрана.
4. Майборода Л. І. До проблеми лаконічності і семантичної місткості газетних заголовків / Л. І. Майборода [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1253. – Назва з екрана.
5. Рубрикация. Классификация заголовков [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://coolreferat.com/. –Назва з екрана.