

2. Сухорукова О., Григорова І., Кваско А Тенденції розвитку вітчизняної медіаіндустрії. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2023. Вип. 2 (91). С. 94-103. URL : <https://lnk.ua/ZDNuDdpdB> (дата звернення 17.03.2026).

Науковий керівник: Цепкало Т.О., кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Карина Насіковська

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

ОСОБЛИВОСТІ МЕДІАЗАГОЛОВКІВ В ОНЛАЙН-ВИДАННІ «УКРАЇНСЬКА ПРАВДА»

Досліджено медіазаголовки в онлайн-виданні «Українська правда», яке є одним із провідних інтернет-медіа України. Увагу зосереджено на аналізі особливостей створення заголовків, їхньої структури, стилістичних прийомів, а також відповідності сучасним стандартам онлайн-журналістики. Окреслено ключові риси медіазаголовків, серед яких виділено інформативність, лаконічність, оперативність.

Ключові слова: *онлайн-видання, інтернет-журналістика, Українська правда, медіапростір, медіазаголовки, контент.*

У сучасному інформаційному середовищі заголовок відіграє основну роль у журналістському матеріалі, адже саме він першим привертає увагу читачів і часто визначає, чи буде текст прочитано. З огляду на стрімкий розвиток онлайн-журналістики та жорстку конкуренцію між медіа, вимоги до заголовків значно зросли. Вони повинні бути не лише інформативними й точними, але й лаконічними, привабливими, емоційно яскравими, а також оптимізованими для алгоритмів пошукових систем і соціальних мереж. Серед усіх видів медіа в пресі та інтернет-журналістиці роль заголовка найважливіша. Адже саме від нього залежить імовірність прочитання публікації. У новинній стрічці читачі не бачать ні обсягу матеріалу журналістської публікації, ні фотоілюстрацій. Вони орієнтуються лише за назвами текстів. Невдало дібраний заголовок може прямо впливати на кількість переглядів й прочитання новини, зменшувати її клікбейт, що негативно відбивається на загальному рейтингу того чи того медіа [5, С. 220]. Серед українських науковців, які

досліджували заголовки медіатекстів, варто виділити В. М. Каленича та Н. М. Шульську. В. М. Каленич акцентував увагу на інтертекстуальності заголовків, досліджуючи використання алюзій, цитат та міжтекстових зв'язків як інструментів для впливу на читача [1, С.133-146]. Натомість Н. М. Шульська у своїй праці «Комунікативно-функційний потенціал заголовків у мові сучасних медіа» аналізує заголовки з позиції їх функціонального навантаження, приділяючи особливу увагу їхній інформативності, здатності впливати та привертати увагу аудиторії[5,С.220-221].

У журналістикознавстві й медіалінгвістиці специфіку творення й функціонування назв журналістських матеріалів висвітлено в різних аспектах: із погляду їхньої структури, клікабельності, дотримання етичних норм, синтаксичної природи, функційного розвитку, семантики, стилю, прояву законів заощадження мовних засобів. До того ж специфіку медіаназв аналізує І. Рудницька, зауважуючи, що головною функцією заголовка є лаконічне та яскраве попередження читача про зміст тексту і, як наслідок, полегшення ним сприйняття [5, С.222]. Отже, медіазаголовки виступає не лише інструментом інформування, а й важливим засобом впливу на аудиторію та формування інтересу до матеріалу.

Поряд із традиційними мовними засобами в медіа використовують також інтертекстуальні прийоми оформлення заголовків, створюючи своєрідний емоційно-експресивний соціокомунікативний ефект. Інтертекстуальність у заголовковому комплексі провокує емоційні і смислові асоціації, що полегшують сприймання тексту, проте не розкривають тему й зміст статті, а лише прагматично привертають інтерес читача [1, С.133]. Як зазначив В. М. Каленич «Інтертекстуальність заголовків є ефективним засобом підсилення їхньої виразності та смислової глибини, що сприяє залученню уваги аудиторії й більш багаторівневному сприйняттю медіа тексту».

Якщо ж розглядати онлайн-видання «Українська правда», то зазвичай воно дотримується традиційного підходу до заголовків, акцентуючи увагу на інформативності, точності та нейтральності викладу. Заголовки мають чітку структуру, передають основний зміст матеріалу та уникають надмірного використання образних або асоціативних елементів. Інтертекстуальність у їхній практиці не є визначальною рисою, оскільки головний акцент робиться на оперативності подачі інформації та її зрозумілості для широкого кола аудиторії.

У публікації «Черги замість грошей. Чому провалилася реформа дитячих виплат» від онлайн-видання «Українська правда» можна помітити лише переважно інформаційні елементи, оскільки він прямо повідомляє про проблему та тему матеріалу. У ньому чітко окреслено суть новини – труднощі з реформою дитячих виплат і її невдалий результат, що дозволяє читачеві одразу зрозуміти зміст тексту.

Також матеріал «Лондон-Жуляни. Історія одного незаконного будівництва в Києві» має інформаційно-описовий характер і одразу повідомляє читачеві тему матеріалу. У ньому чітко зазначено об'єкт розгляду – житловий комплекс «Лондон» у Жулянах – та окреслено загальну проблему, а саме незаконність будівництва. Така структура допомагає швидко зрозуміти зміст публікації ще до її прочитання. Багато матеріалів супроводжується заголовками, які стосуються культури та історії. У таких випадках часто піднімаються питання культурної спадщини, основних історичних подій, видатних особистостей чи суспільної пам'яті. Наприклад, заголовок «Як Голодомор з'явився і зник у любовному романі 1933 року», є культурно маркованим медіазаголовком, який поєднує інформаційність та елементи інтерпретації.

Аналіз заголовків онлайн-видання «Українська правда» демонструє домінування традиційних, інформативних стилів заголовків. Вони зазвичай вирізняються ясністю, стислістю та акцентом на точну передачу змісту матеріалів, що сприяє зрозумілості та ефективному сприйняттю аудиторією. Заголовки «Української правди» демонструють основні риси сучасної онлайн-журналістики, зокрема прагнення до інформативності, швидкості подання новин і зрозумілості для широкого кола читачів.

Список використаних джерел:

1. Каленич В. М. Інтертекстуальність заголовкових комплексів у медіатекстах. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2022. Вип. 44. С. 130-146.

2. Українська правда . ЖК Лондон – Жуляни Історія одного незаконного будівництва в Києві. URL: <https://epravda.com.ua/biznes/zhk-london-park-u-zhulyanah-sudi-samobudi-ta-noviy-precedent-dlya-ukrajini-819900/> (дата звернення 10.04.2026).

3. Українська правда. Черги замість грошей. Чому провалилася реформа дитячих виплат. URL: <https://epravda.com.ua/power/dityachi-viplati-u-2026-pidvishchennya-novi-programi-ta-problemi-z-oformlenniyam-820564/> (дата звернення 10.04.2026).

4. Українська правда. Як голодомор з'явився і зник у любовному романі 1933 року. URL: <https://www.istpravda.com.ua/columns/2024/05/24/163928/> (дата звернення 10.04.2026).

5. Шульська Н.М. Комунікативно-функційний потенціал заголовків у мові сучасних медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія. Філологія. Журналістика*. 2021. Т.32. №5. С.220-221.

Науковий керівник: Каленич В. М. , кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Єлизавета Полічковська

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

СТОРИТЕЛІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕКОЛОГІЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ: ДОСВІД СТВОРЕННЯ ЖУРНАЛУ «ДИХАЙ»

Розглянуто сторітелінг як ключовий метод екологічної журналістики на прикладі авторського журналу «Дихай», присвяченого природній спадщині України. Проаналізовано структуру видання, визначено роль людських історій у формуванні екологічної свідомості читача.

Ключові слова: сторітелінг, екологічна журналістика, природна спадщина, екотуризм, журнал «Дихай».

Сучасна екологічна журналістика переживає трансформацію: від сухих звітів і статистичних даних вона рухається до живих людських історій. Саме сторітелінг мистецтво розповіді через конкретні долі, місця й емоції стає головним інструментом, що здатний не лише інформувати читача, а й змінювати його ставлення до природи. В умовах сьогодення, коли Україна переживає екологічні наслідки війни і водночас шукає нові моделі сталого розвитку, такий підхід у медіа набуває особливої актуальності.

Метою цих тез є аналіз сторітелінгу як методу екологічної журналістики на прикладі авторського проекту журналу «Дихай», розробленого в межах кваліфікаційної роботи.

Поняття «сторітелінг» у журналістиці означає спосіб подачі інформації через розповідь із чіткою структурою: герой, конфлікт, розвиток подій і результат. На відміну від традиційної новинної журналістики, сторітелінг апелює до емоцій і цінностей читача, будуючи між ним і темою особистісний зв'язок. У контексті екологічної журналістики це особливо важливо: абстрактні проблеми (зміна клімату, зникнення видів, деградація ґрунтів) стають зрозумілими й близькими, коли про них розповідають через людину, яка щодня живе поруч із цими реаліями.

Журнал «Дихай» побудований саме на цьому принципі. Видання складається з трьох тематичних розділів, кожен із яких реалізує сторітелінговий підхід у власний спосіб.