

виду ЗМІ. Варто було би дослідити те, як саме зробити газети рентабельнішими, але водночас цікавими для читачів, на чому ватро зекономити, а на чому навпаки ні. Перспективи розвитку і дослідження цієї теми досить великі. Просто потрібно добре у неї заглибитися, пошукати і подумати чого ще не було досліджено і розглянуто. Тоді з'явиться безліч нових тем і питань для дослідження.

### **Список використаних джерел**

1. Бриж О. *Через 2-3 роки в Україні не буде бюджетної преси?* / О. Бриж // *Журналіст України*. – 2006. – № 12. – С. 12.
2. Глущенко В. *редактор районної газети “Миронівський край”* / В. Глущенко // *Журналіст України*. – 2004. – № 4–5. – С. 13.
3. Лубкович І. М. *Роздержавлення мас-медіа: стан і перспективи* / І. М. Лубкович // *Актуальні теоретичні і прикладні проблеми мас-медіа: Збірник тез науково-практичної конференції*. – Рівне. – 2007. – С. 36-38.
4. Марченко В. *Червень для «Ниви» – місяць урожайний* / М. Марченко // *Нива*. – 2004. – № 46-47. – С. 4
5. Маньовська В. *Районна преса: між Сциллою і Харіبدوю [Електронний ресурс]* / Вікторія Маньовська. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <http://poglyad.te.ua/podii/novyny/rajonna-pres-a-mizh-stsilloyu-i-haribduyu.html>

**В.Халупняк** –  
студентка спеціальності «журналістика»  
Національного університету  
«Львівська політехніка»  
Науковий керівник: ст. викладач кафедри української мови  
*Голубінка Н.І.*

### **ЗАГОЛОВОК ЯК ЗАСІБ АКТИВІЗАЦІЇ УВАГИ ЧИТАЧА В ГАЗЕТІ «ДЕНЬ»**

«День» – щоденна всеукраїнська газета суспільно-політичної тематики, що виходить чотири рази на тиждень (з вівторка по п'ятницю). Містить як поточні новини, так і аналітичну інформацію. Виходить трьома мовами (українською, російською, англійською).

З весни 1999 року газета «День» перша в Україні стала членом асоціації «Синдикат» – міжнародна газетна асоціація. (На сьогодні в Україні лише дві газети є членами цієї асоціації – «День» та «Дзеркало тижня»).

Усі статті газети також розміщуються на сайті у вільному доступі. Також є мобільні версії газети для більш зручного та швидкого отримання новинної, своєчасної інформації.

Заголовок, як відомо, є одним з основних, постійних елементів архітекtonіки будь-якого друкованого періодичного ЗМІ. Перелік характеристик, що їх повинен мати близький до ідеального заголовок такий: простота; однозначність; максимальна інформативність; лаконічність; об'єктивне відображення тематичного змісту тексту; самотність і оригінальність; публіцистична гострота й експресивність, виразність почуттів, думок (до цього більш детально повернемося пізніше); структурна завершеність та інтонаційна виразність; актуальність і конкретність; відповідність змісту матеріалу; точність термінів.

Заголовки матеріалів у газеті – це один із найважливіших її елементів. Від їх характеру та оформлення багато в чому залежить обличчя газети.

Найважливіша функція газетного заголовка – керувати увагою читача. Заголовки допомагають читачеві ознайомитися з номером, швидко отримати уявлення про зміст його матеріалів, вибрати головне й цікаве. Характер заголовків та їх оформлення значною мірою визначають, чи буде прочитано той чи інший матеріал.

Вплив на читацьку аудиторію що, є основним завданням рекламного слогана. Впливу, що здійснювався від самого початку виникнення ЗМІ – звичайно ж, замасковано, – і так само приховано заголовки значною мірою визначають ефективність, дієвість матеріалів газетного номера.

Вони є постійним елементом газети, як і назва друкованого органу, як і полоси номера, що складаються з текстових колонок, як і текстові матеріали, ілюстрації, як і службові деталі – колонтитули та вихідні видавничо-реєстраційні відомості.

Отже, заголовок – це складова частина, постійний елемент газети – незмінний, повсякденний, завжди присутній у газетному номері.

Але основною особливістю заголовків газети «День» є те, що вони наче «промовляють». На головній сторінці можна знайти головне з номеру, під ним вказана сторінка, на якій можна знайти дану інформацію. Використовуються також шапки.

"Шапка" – один із типів заголовка, що об'єднує декілька газетних публікацій, кожна з яких має власне найменування. Призначення "шапки" – привернути увагу читачів до розвороту, полоси, добірки (блоку) матеріалів на актуальну політичну, економічну чи культурну тему, виразно й стисло висловити загальний сенс цих матеріалів. У матеріалі газети «День» були присутні такі «шапки»: «Слава вам, дочки Батьківщини!», "Пускові будови дострокові!", «На порозі вирішальних випробувань».

Якщо ж матеріал великий за обсягом, і потрібно подати відразу декілька підзаголовків, як це буває в газеті «День», то їх виносять на початок публікації та подають як єдиний блок – анонс. Він використовується для подання головних тем і проблем читачеві. Анонси враховуються під час створення «афішок», блоків із підзаголовків, назв матеріалів, які виносяться на перші сторінки газет під рубриками. Ось наприклад : «Сьогодні читайте», «Сьогодні в номері».

Ще однією особливістю газети є карикатури, які підписані знову ж таки «промовистим» заголовком, коротким, стислим , як правило це кілька слів переносних або прямих за своїм значенням «Ми поцілили в нерв», «На порозі вирішальних випробувань».

Найпоширеніший прийом у пресі – відкрита верстка заголовка. Саме такий використовується у газеті «День». Це заголовок, який стоїть над усім текстом. Його побудова не залежить від змісту, обсягу та місця матеріалу на полосі. Враховується лише кількість колонок, на яку розверстано публікацію.

Особливої виразності, експресивності та виразності заголовкам надають фразеологізми. У газеті «День» їх також можна спостерігати. Вони переважно видозмінені, розширені або скорочені: «Застав депутата Богу молитися...».

Присутнє використання троп, наприклад, антитези: «Проте за чотири роки його головування люди зрозуміли, що від слова до діла, як від землі до неба». Також яскравим прикладом є використання антонімів-протиставлень: «Настільки багатий бюджет необхідний, щоб поставити Іран на ноги». Заголовки творяться за допомогою епітетів: «Золоте «диво»», «Вибухова земля», «Книги , що говорять»; порівнянь: «У вигнанні дні течуть, як сльози»; риторичних запитань: «Переселення чи опіка?»; та риторичних окликів: «Сім медалей!».

Використання слів іншомовного походження у заголовках, допомагає уникнути зайвої описовості й також використовується газетою «День»: «Leica побилла рекорд», «Петлюра на Facebook».

Таким чином, заголовки публікацій газети «День» відзначаються публіцистичною гостротою, самобутністю, виразністю. Вони сприяють підсиленню емоційного забарвлення тексту, привертають увагу читача, спонукають прочитати запропонований текст.

### **Список використаних джерел**

1. Бакало А. Заголовок друкованого ЗМІ: рекламний слоган // *Друкарство*. -2006. -№ 5. – С. 36-39
2. Іванов В. Ф. *Техніка оформлення газети: Курс лекцій*. – К.: Знання, КОО, 2000. -222 с.
3. *Архів газети «День»*. ( Електронний ресурс) – Режим доступу: [https://day.kyiv.ua/uk/archivenewspaper?archive\\_date%5Bvalue%5D%5Bmonth%5D=5&archive\\_date%5Bvalue%5D%5Byear%](https://day.kyiv.ua/uk/archivenewspaper?archive_date%5Bvalue%5D%5Bmonth%5D=5&archive_date%5Bvalue%5D%5Byear%5D)
4. Демська-Кульчицька О. М. *Фразеологія : посібник-довідник / Орієнтація Маріянівна Демська-Кульчицька*. – К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», – 76 с.

### **Х. Чаплинська**

студентка спеціальності “журналістика”

кафедри ЖЗМК

Національного університету

«Львівська політехніка»

*Науковий керівник:* доктор філол. наук,

професор,

завідувач кафедри ЖЗМК НУ «Львівська політехніка»

Кузнецова О.Д.

### **СТРУКТУРНІ СКЛАДОВІ АРГУМЕНТАЦІЇ В ІНТЕРНЕТ-ЗМІ «УКРАЇНСЬКА ПРАВДА»**

Аргументація в ЗМІ – неодмінний компонент сучасних демократичних ЗМІ, що передбачає посилення підтримки аудиторією висловлених думок, вплив на неї з метою переконування. Не можна не погодитися з думкою Б.І. Маленького, що «за своєю суттю аргументація є надзвичайно комплексним, багатоплановим і неоднорідним поняттям» [1; С.469 ].

На нашу думку, термін «аргументація» можна визначити як процес наведення аргументів для підтвердження чи спростування певного поло-