

### Список використаних джерел:

1. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/16501/2016-04-27-kontseptsiya-vprovadzhennya-mediaosvity-v-ukraini-nova-redaktsiya/> (дата звернення: 12.10.2022)
2. Маніпуляції на ТБ. URL: [https://detector.media/php\\_uploads/files/books/kniga\\_tb\\_teror.pdf](https://detector.media/php_uploads/files/books/kniga_tb_teror.pdf) (дата звернення: 12.10.2022)
3. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-272-5-19>

**Шененко А. О.,**

*студентка 4 курсу*

*кафедри слов'янської філології та журналістики*

*Навчально-наукового інституту філології та журналістики*

*Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*

### **ТИПИ, ВЛАСТИВОСТІ ТА ФУНКЦІЇ ЗАГОЛОВКІВ НА ШПАЛЬТАХ ЖУРНАЛУ «ELLE UKRAINE»**

Заголовок відомий як один з найважливіших, незмінних архітектурних елементів будь-якого періодичного видання, як друкованого, так і електронного. Список характеристик, які найбільше наближаються до ідеальної назви, такий: простота, стислість, об'єктивне відображення тематичного змісту тексту; чітка будова, завершеність, гарне звучання, точність.

Актуальність теми полягає в тому, що заголовок є одним з найважливіших елементів тексту і саме від цього залежить успіх усього видання. Це допомагає читачеві швидко вивчати факти та надавати інформацію про цю тему у первинному та вторинному світлі. Тому така велика увага дослідників до цього компонента журналістського тексту.

Основне завдання заголовка – контролювати увагу читача. Заголовки допомагають читачеві дізнатися причину, швидко отримати уявлення про тему, обрати цікаве для себе. Характер назви визначає, хто читає цей матеріал. Саме назва дозволяє спочатку затримати погляд читача.

Між заголовком та жанром існує чіткий взаємозв'язок. Чи може бути той самий заголовок однаковим за побудовою для репортажу, інтерв'ю, фейлетону, нарису, звіту, замітки? Ні, бо особливості кожного жанру обумовлюють і форми заголовків.

Чи не найголовніший фактор для сприйняття тексту – шрифт, яким він написаний. Матеріали, які набираються заголовковими шрифтами, часто є дуже складними в прочитанні. Це стається через те, що їхня форма, хоч і гарно виглядає у великому масштабі, при зменшенні починає розмиватись і стає нечіткою. Для основного тексту найкраще обирати шрифти, в яких мінімальна кількість декоративних елементів, складних деталей і т. д.

Окрім цього, в текстах важлива чітка ієрархія насиченості (товщини тексту):

1. Заголовки – це найбільш насичені елементи.

2. Підзаголовки – мають дещо меншу насиченість у порівнянні з основним текстом.

3. Основний текст – це найтонший елемент.

При створенні заголовка потрібно поставити себе на місце читача. Ми маємо чути, як він звучить, який сенс доносить, чи не присутній у ньому двозначний зміст, який може когось заплутати, і т. д. Зазвичай його створення слід починати з розкриття головної думки, розкриття явища, про яке йтиметься далі в тексті. Дуже важливо правильно розставити акценти і визначити, в першу чергу для себе, що є головним у тексті.

Журнал Elle був заснований П'єром Лазарєфф та його дружиною Елен Гордон-Лазарєфф у 1945 році. Протягом довгого періоду його творці виступали за сумісництвом ще й головними редакторами. Вони розробили концепцію унікального журналу для жінок, яка є дієвою і по сьогоднішній день. Журнал дуже швидко став популярним у Франції. До кінця 60-х років минулого століття кількість його читачів налічувала понад 800 000.

За даними Press Association UA, «сьогодні – це найбільший міжнародний журнал про моду, красу та здоров'я. Він включає 39 національних видавництв і випускається в 60 країнах, у тому числі у Франції, у США, Канаді, Бразилії, Мексиці, Аргентині, Німеччині, Іспанії. Крім друкованої версії, журнал має близько 20 сайтів в Інтернеті. За підрахунками маркетологів, аудиторія Elle – це майже 5 мільйонів читачів» [1].

Цей глянець читають дівчата та жінки від 18 до 49 років. Вони всі з різних країн та континентів, деякі з них віддають перевагу передплаті електронного видання, деякі, навпаки, люблять купувати

матеріальні носії. Тим не менш, всі читачки знають, що Elle – це справжній провідник у світ жінок.

Оскільки велика кількість людей сприймає більшу частину інформації, спираючись на візуальний досвід, тобто є візуалами, важливим засобом впливу на читачів є кольорова гама. Деякі кольори гармонійно виглядають разом і вигідно підкреслюють один одного, в той час як інші воюють між собою.

Важливим візуальним елементом у створенні дизайну є шрифт, яким написаний заголовок. Журнал Elle для заголовків, лідів та яскравих цитат використовує великі літери та жирне накреслення, а серед шрифтів надає перевагу Calibri Light.

На сайті журналу Elle Ukraine [4], як і в його друкованій версії, заголовки зазвичай не мають яскравого стилістичного забарвлення. Там вони розширені та повністю відображають новину. Окрім цього, журнал уникає так званого «лиття води» та надмірної завуальованості. Автори іноді використовують в заголовках гру слів, каламбури, але основний акцент роблять на інформаційній складовій. Наприклад, назва матеріалу від 15 травня 2022 року «*Гурт Kalush Orchestra презентував кліп на пісню Stefania*».

Заголовок виконує важливу роль у будь-якому тексті. Серед його основних функцій інформативна, графічно-видільна, прагматична, комунікативна, оцінно-експресивна, рекламна та номінативна. Відповідно до жанру матеріалу, заголовок набуває домінантної функції. Наприклад, в інформаційному повідомленні – це інформаційна функція. Але це не означає, що в ньому паралельно не використовується інша.

Автори журналу часто звертаються до назв-цитат. Найбільш наочно використання цього типу заголовків можна спостерігати в спеціальній версії журналу, присвяченій українцям, – «Elle Hope Issue». Цей номер розпочинається з інтерв'ю зі Святославом Вакарчуком, фронтменом гурту «Океан Ельзи», під красномовним заголовком «Я не здамся без бою» [2]. Назвою тексту слугує цитата із синглу 2005 року «Без бою», який увійшов у п'ятий студійний альбом гурту – «Gloria».

Головна функція, яку в цьому матеріалі реалізує заголовок – оцінно-експресивна. Пісня, яка понад 15 років тому розповідала про боротьбу ліричного героя, який іде проти долі та думки інших, у сьогоднішніх реаліях набуває нових смислів. Цитата з популярної пісні приваблює увагу читачів, вона створює емоційну прив'язку до чогось уже знайомого і налаштовує на орієнтовний тон тексту.

Редактори журналу Elle Ukraine розуміють, що потрібно їхнім читачам та читачкам (які є основною аудиторією видання), саме тому у

своїх матеріалах вони використовують достатньо лаконічні та інформаційно насичені заголовки.

У спецвипуску журналу, присвяченому українцям, – «Elle Nore Issue», у матеріалі з емоційною назвою-цитатою «Я не здамся без бою», ми бачимо стислі та стримані підзаголовки. Однак вони не лише підхоплюють основну думку заголовку, але й розвивають її. Серед них: «Про готовність до російського вторгнення», «Про перші думки та дії 24 лютого», «Про вступ до ЗСУ», «Про бойовий дух українців у різних містах», «Перемога чи мир будь-якою ціною?», «Про перспективи» тощо.

Журнал Elle Ukraine підходить до створення та оформлення підзаголовків з креативом. Так, наприклад, у матеріалі із «Stand With Ukraine», в якому розповідається про культурні й стильні установи, які об'єдналися для спільної допомоги Україні в тяжкі часи, підзаголовки та текст під ними подані у вигляді SMS-повідомлення. Серед них є підзаголовки-цитати («Сродна праця»), підзаголовки-символи («Два кольори»), підзаголовки, які створені на грі слів («Dress To Impress») тощо.

Аналіз літератури дозволив з'ясувати, що заголовок – це один з головних, постійних елементів будь-якого періодичного ЗМІ. Його основне завдання – контролювати увагу читача. Заголовки допомагають читачеві дізнатися причину, швидко отримати уявлення про тему, обрати цікаве для себе. Характер назви визначає, хто читає цей матеріал. Саме назва дозволяє спочатку затримати погляд читача.

Аналіз журналу Elle Ukraine дозволив з'ясувати, що заголовки та підзаголовки на сторінках видання підібрані доцільно, їхні функції повною мірою реалізовані. Спостерігається використання різних типів заголовків: це і назва-символ, назва-цитата, назва-повідомлення тощо. Усі вони обрані відповідно до жанру матеріалу.

### **Список використаних джерел:**

1. Кобець К. Журнал ELLE. Історія створення відомого глянцю. 2021. URL: <https://pressassociation.org.ua/ua/zhurnal-elle-istoriya-stvorennya-vidomogo-glyancyu/#:~:text=%D0%A1%D1%8C%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%96%20ELLE%20%E2%80%93%D1%86%D0%B5%20%D0%BD%D0%B0%D0%B9%D0%B1%D1%96%D0%BB%D1%8C%D1%88%D0%B8%D0%B9%20%D0%BC%D1%96%D0%B6%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%B9,%D0%86%D1%81%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%96%D1%97%2C%20%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%96%D1%97%20%D1%82%D0%B0%20%D0%B2%2>

0%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96  
(дата звернення: 04.05.2022)

2. Кравченко С. Я не здамся без бою. *Elle Hope Issue*. 2022. С. 2–9. URL: [https://elle.ua/upload/ELLE\\_All\\_Pages\\_UKR.pdf?utm\\_source=site&utm\\_medium=pdf1-uk&utm\\_campaign=elle-pdf](https://elle.ua/upload/ELLE_All_Pages_UKR.pdf?utm_source=site&utm_medium=pdf1-uk&utm_campaign=elle-pdf) (дата звернення: 15.05.2022)
3. *Україна перемогла у «Євробаченні-2022»*. *Сайт Elle Україна*. 2022. URL: <https://elle.ua/ludi/novosty/ukrana-peremogla-v-vrobachenni-2022/> (дата звернення: 15.05.2022)
4. *Elle Ukraine*. 2022. URL: <https://elle.ua/> (дата звернення: 15.05.2022)

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-272-5-20>

**Юксель Г. З.,**

*кандидат філологічних наук, доцент,  
кафедри слов'янської філології та журналістики  
Навчально-наукового інституту філології та журналістики  
Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*

**Судейко Н. В.,**

*студентка 2 курсу магістратури  
Навчально-наукового інституту філології та журналістики  
Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*

## **ВИКОРИСТАННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ЗАСОБІВ У СУЧАСНІЙ ІНТЕРНЕТ – ЖУРНАЛІСТИЦІ**

На сьогодні за допомогою Інтернету мільйони людей оперативно отримують інформацію, а друкована преса, радіо та телебачення дедалі більше витісняються зі споживання.

Сучасний журналіст в умовах стрімкого розвитку технологій мусить володіти та опановувати нові Інтернет-можливості для збирання та поширення новин, адже нові медіа характеризуються не тільки оперативністю, мобільністю, але й інтерактивністю, мультимедійністю.

Онлайн – ресурси інтернет-журналістики збирають інформацію, обробляють та мають миттєво поширювати новину та зацікавити споживача інформації. Нові технічні можливості, а саме процес мультимедіатизації та його стрімкий розвиток здатні охопити велику аудиторію.