

Список використаних джерел

1. Білий список ІМІ за друге півріччя 2024 р.: увійшли 13 медіа. *Інститут масової інформації*. 01.11.2024. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/bilyj-spysok-imi-za-druge-pivrichchya-2024-roku-uvishly-13-media-i64640> (дата звернення: 20.04.2026).
2. Fact-opinion differentiation. *Misinformation Review*. 07.03.2024. URL: <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/fact-opinion-differentiation/> (дата звернення: 20.04.2026).
3. The Fact / Opinion Distinction. *The Philosophers' Magazine*. 27.11.2024. URL: <https://philosophersmag.com/the-fact-opinion-distinction/> (дата звернення: 20.04.2026).
4. Найлегші способи порушити стандарт відокремлення фактів від коментарів. *Інститут масової інформації*. 17.11.2025. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/najlegshi-sposoby-porushyty-standart-vidokremlennya-faktiv-vid-komentariv> (дата звернення: 20.04.2026).

УДК 070.41:81'38'42

Царік А. О., здобувачка вищої освіти;
Василенко В. Ю., кандидатка наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики та соціальних комунікацій
Донецького національного університету імені Василя Стуса

ФУНКЦІЇ ЗАГОЛОВКА В СТРУКТУРІ НОВИНИ НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ

Анотація. У роботі досліджено функції заголовка в структурі новини на матеріалах українських онлайн-медіа («ТСН», «Укрінформ», «ОВОЗ.UA»). Проаналізовано особливості реалізації інформативної, атрактивної та впливової функцій заголовків, а також виявлено відмінності між нейтральною та емоційно-експресивною подачею інформації залежно від типу медіа. Особливу увагу приділено поширенню маніпуляцій, зокрема використанню клікбейтних конструкцій і оцінної лексики, що порушують журналістські стандарти. Дослідження показує, що офіційні інформаційні агентства тяжіють до фактологічності й об'єктивності, тоді як комерційні медіа частіше використовують засоби емоційного впливу для підвищення залученості аудиторії. Це свідчить про те, що заголовок виконує не лише інформативну функцію, а й впливає на сприйняття новин читачем.

Ключові слова: заголовок, клікбейт, маніпуляція, функції, новинний текст, онлайн-медіа.

Вступ. Заголовок є ключовим структурним елементом новинного тексту, оскільки виконує інформативну, атрактивну та впливову функції і значною мірою визначає сприйняття матеріалу аудиторією. Водночас у сучасних українських онлайн-медіа простежується тенденція до використання маніпулятивних заголовків із емоційною лексикою та клікбейтними елементами, що порушує стандарт відокремлення фактів від коментарів і може знижувати довіру до контенту [1].

За даними моніторингу ІМІ, подібні практики в окремих медіа мають системний характер [1], що підкреслює потребу їх вивчення та подолання.

Мета дослідження – проаналізувати функції заголовка в структурі новини на основі матеріалів українських медіа, як-от «ТСН», «УкрІнформ» та «ОВОЗ.UA».

Основна частина. Заголовок у новинному тексті виконує кілька ключових функцій. Основною є інформативна: заголовок визначає зміст матеріалу та повідомляє, про що йтиметься далі. Впливова функція заголовка полягає у формуванні певного емоційного та смислового сприйняття новини, оскільки заголовок може задавати тон її прочитанню, акцентувати на певних аспектах події та впливати на оцінку новини читачем. Важливою є атрактивна функція, яка покликана повернути увагу аудиторії та спонукати до прочитання, але у новинних медіа ця функція нерідко реалізується через клікбейтні прийоми – перебільшення, інтриги або неповну інформацію, що може вводити читача в оману та є порушенням журналістських стандартів [2]. Також заголовок виконує роль інструменту відбору інформації, оскільки саме він формує перше уявлення про новину ще до ознайомлення з текстом, і визначає, чи зацікавиться читач матеріалом. Через це використання клікбейтних прийомів може призводити до викривлення очікувань і створення надмірного ефекту сенсаційності.

Ефективний заголовок має поєднувати точність і привабливість без порушення стандартів. Зокрема, рекомендовано використовувати чіткі формулювання, активні дієслова, уникати надмірної інтриги та невизначеності, а також дотримуватися стислості [3].

Аналіз заголовків «УкрІнформ», «ТСН» і «ОВОЗ.UA» показав різні підходи до реалізації цих функцій. Інформаційне агентство «УкрІнформ» дотримується інформативності та нейтральності: заголовки чітко передають факт («Поблизу Рівного стався вибух, восьмеро постраждалих» [4]). Новинне медіа «ТСН» часто поєднує інформування з емоційним впливом на аудиторію, використовуючи звертання та цитати («Українським біженцям приготуватися: Польща змінює правила виплат «800+» [5]). Натомість медіахолдинг «ОВОЗ.UA» найчастіше застосовує клікбейтні заголовки, створюючи інтригу та відчуття браку інформації («В українців з дітьми в Польщі лишилося 10 днів: кого позбавлять виплат з 1 травня» [6]), що відповідає ознакам маніпулятивних заголовків [2].

Висновки. За результатами дослідження виявлено, що заголовок є важливим елементом новинного тексту, який виконує інформативну, атрактивну і впливову функції. Їх реалізація безпосередньо залежить від типу медіа: інформаційні агентства орієнтуються на нейтральність і точність, тоді як комерційні онлайн-видання частіше використовують експресивні та клікбейтні заголовки.

Результати дослідження підтверджують, що заголовок у сучасному медіа-просторі не лише репрезентує зміст новини, а й виступає інструментом привертання уваги та сприйняття інформації. Водночас використання маніпулятивних елементів може впливати на об'єктивність сприйняття матеріалу та рівень довіри аудиторії.

Отже, ефективний заголовок має забезпечувати баланс між інформативністю та цікавістю, зберігаючи точність і відповідність журналістським стандартам.

Список використаних джерел

1. Баркар Д. «Мистецтво заголовка» проти журналістики. *Інститут масової інформації*. 2023. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/mystetstvo-zagolovka-proty-zhurnalistyky-i54329> (дата звернення: 20.04.2026).
2. Голуб М. Клікбейт у заголовках: як маніпуляції заради переглядів руйнують довіру до медіа. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/blogs/klikbejt-u-zagolovkah-yak-manipulyatsiyi-zarady-pereglyadiv-rujnuyut-doviru> (дата звернення: 20.04.2026).
3. Як написати хороший заголовок. *Детектор медіа*. 12.04.2011. URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/9890/2011-04-12-yak-napysaty-khoroshyy-zagolovok/> (дата звернення: 20.04.2026).
4. Поблизу Рівного стався вибух, восьмеро постраждалих. *Укрінформ*. 2026. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/4114528-poblizu-rivnogo-stavsavibuh-vosmero-postrazdalih.html> (дата звернення: 20.04.2026).
5. Українським біженцям приготуватися: Польща змінює правила виплат «800+». *ТСН*. 2026. URL: <https://tsn.ua/svit/ukrayinskym-bizensiam-pryhotuvatysia-polshcha-zminiuye-pravyla-vyplat-800-3065807.html> (дата звернення: 20.04.2026).
6. В українців з дітьми в Польщі лишилося 10 днів: кого позбавлять виплат з 1 травня. *OBOZ.UA*. 20.04.2026. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/ekonomika-glavnaya/fea/v-ukraintsiv-z-ditmi-v-polschi-lishilosya-10-dniv-kogo-zalishat-bez-viplat-z-1-travnya.htm> (дата звернення: 20.04.2026).

УДК 070:32:355.01(477)

*Щекань Ю. В., здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня;
Сімашова А. І., кандидат наук із соціальних комунікацій,
старший викладач кафедри журналістики
Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка*

ВИКРИТТЯ КОРУПЦІЙНИХ ЗЛОЧИНІВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ПОГЛЯД ПОЛЬСЬКОЇ ПРЕСИ

Анотація. У статті досліджено особливості висвітлення корупційних скандалів в Україні під час повномасштабної війни у польських тижневиках. На основі контент-аналізу публікацій «*Newsweek Polska*», «*Wprost*» та «*Krytyka Polityczna*» визначено тематичні акценти, тональність матеріалів і вплив медійних наративів на формування міжнародного образу України.

Ключові слова: контент-аналіз, медіадискурс, корупція, Україна, польські медіа, війна.

Вступ. Умови повномасштабної війни, розпочатої Росією проти України, суттєво впливають на характер медійного дискурсу як на внутрішньому рівні, так і за межами української держави. Важливим аспектом є репрезентація корупційних скандалів, які виступають серйозним тестом на спроможність України як