

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ УКРАЇНСЬКОЇ Й ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ,
ЖУРНАЛІСТИКИ ТА МИСТЕЦТВ
Кафедра української і слов'янської філології та журналістики

ЗАГОЛОВКИ ОНЛАЙН-ВИДАННЯ «ОСВІТОРІЯ МЕДІА»:
СТРУКТУРА, СЕМАНТИКА, ФУНКЦІЇ

Кваліфікаційна робота (кваліфікаційний проєкт)
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Виконала: студентка II курсу 201-М
групи

Спеціальність 035 Філологія
(українська мова та література)

Винокур Людмила Володимирівна

Керівник: доктор педагогічних наук,
професор Омельчук С.А.

Рецензент: кандидатка педагогічних
наук, учитель-методист, заступниця
директора з навчально-виховної
роботи, учителька української мови
і літератури ліцею ім. Р. Шухевича
Івано-Франківської міської ради
Семенів Н. Л.

Івано-Франківськ, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. МЕДІАНАЗВИ ВИДАНЬ ОСВІТНЬОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ	7
1.1. Особливості заголовків онлайн-видань.....	7
1.2. Характеристика контенту «Освіторія Медіа»	10
1.2.1. Розділи та рубрики сайту	10
1.2.2. Тематика публікацій	15
1.2.3. Жанри освітніх матеріалів	17
РОЗДІЛ 2. ФУНКЦІЙНИЙ І СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЗАГОЛОВКІВ «ОСВІТОРІЯ МЕДІА»	23
2.1. Функції медіаназв	23
2.2. Структура і семантика	31
2.3. Комплексний аналіз окремих заголовків	41
ВИСНОВКИ.....	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	52
ДОДАТКИ	58

ВСТУП

Актуальність теми. Актуальні питання взаємодії освіти та медіа становлять сферу міждисциплінарних досліджень, які проводять філософи, психологи, педагоги, журналісти, соціологи й лінгвісти. Сфера медіаосвіти в Україні перебуває на етапі її становлення, необхідно створювати медіа, спрямовані на популяризацію інновацій у сфері освіти та науки. Просвітницька та виховна функції, які виконують сучасні медіа, відіграють провідну роль у демократизації освіти в Україні та формуванні громадянського суспільства в цілому.

Освітнє ЗМІ – це ЗМІ, яке спеціалізується на зборі, обробці та розповсюдженні новинного та аналітичного контенту освітнього характеру з використанням засобів виробництва мультимедійного контенту та має відповідну інфраструктуру та персонал [22].

У сучасному інформаційному суспільстві заголовок відіграє ключову роль у медіатексті, виконуючи як інформативну, так і комунікативно-прагматичну функції. Медіа назва не тільки передає основний зміст публікації, а й діяльно впливає на сприйняття, залучає увагу читача та формує загальне враження від тексту. В умовах цифрового простору, де користувач стикається з великим потоком інформації, саме заголовок найчастіше визначає, чи буде прочитано текст, чи залишиться він поза увагою.

Особливої уваги потребує вивчення заголовків у сфері освітньої журналістики, яка виконує не лише комунікативну, а й просвітницьку функцію. Онлайн-видання «Освіторія Медіа» (<https://osvitoria.media/>) є одним із провідних джерел сучасного українського освітнього контенту. Його заголовки вирізняються жанровим і стилістичним розмаїттям, актуальністю тем, креативністю мовного оформлення, що робить їх цінним об'єктом філологічного аналізу.

Незважаючи на зростання інтересу до вивчення медіамови, питання структурної організації, семантичного наповнення та функціонального навантаження заголовків у межах одного фахового онлайн-видання лишається недостатньо дослідженим. Це зумовлює необхідність ґрунтовного лінгвістичного аналізу заголовків як окремих комунікативних одиниць, що поєднують інформативність, оцінність, емоційність і соціокультурну маркованість.

Таким чином, актуальність роботи зумовлена як зростанням ролі заголовків у цифровому медіапросторі, так і потребою в поглибленому аналізі мовних особливостей сучасної освітньої журналістики, зокрема на прикладі заголовків онлайн-видання «Освіторія Медіа».

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Кваліфікаційна робота виконана в межах теми кафедри української і слов'янської філології та журналістики Херсонського державного університету «Сучасний мовно-літературний та масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи», відповідає плану Лінгвістичного освітньо-наукового центру ХДУ.

Мета кваліфікаційної роботи – здійснити функційний і структурно-семантичний аналіз заголовків публікацій інтернет-видання «Освіторія Медіа».

Для реалізації поставленої мети необхідно виконати такі **завдання**:

1. Зробити добірку заголовків онлайн-видання «Освіторія Медіа» (2024-2025 роки).
2. Окреслити поняття «заголовок» у сучасному медійному дискурсі.
3. Охарактеризувати контент видання (розділи й рубрики, тематику публікацій, жанри освітніх матеріалів).
4. Проаналізувати функції медіаназв.
5. Здійснити структурно-семантичний аналіз досліджуваного матеріалу.

6. Проілюструвати комплексну характеристику окремих заголовків «Освіторії Медіа».

Об'єкт дослідження – українське онлайн-видання «Освіторія Медіа».

Предметом дослідження слугували заголовки матеріалів масмедіа «Освіторія Медіа» за період кінця 2024 року – першої половини 2025 року.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження було використано широкий спектр загальнотеоретичних та спеціально-наукових методів пізнання: описовий, порівняльний, аналіз, синтез і узагальнення. Методами моніторингу та контент-аналізу досліджено контент обраного ЗМІ, структуру онлайн-видання, проблематику матеріалів, жанрові особливості.

Наукова новизна дослідження полягає в лінгвістичному аналізі медіатекстів освітнього онлайн-видання «Освіторія Медіа», який поєднує публіцистичну, освітню та цифрову комунікацію. Уперше системно досліджено: структурні моделі заголовків у межах одного спеціалізованого українського освітнього видання; семантичні домінанти заголовкових конструкцій; функційні типи заголовків у контексті освітньої журналістики.

Практичне значення дослідження заголовків полягає у створенні інструментів і методик для підвищення ефективності комунікації в освітньому та інформаційному просторі, а також у забезпеченні кращої взаємодії між контентом і цільовою аудиторією. Для викладачів-філологів та учителів української мови і літератури результати аналізу заголовків можуть бути корисними: 1) у побудові занять з розвитку мовлення, критичного читання, аналізу медіатекстів; 2) для ілюстрації функціонування мови в сучасному медіадискурсі; 3) як матеріал для дослідницьких робіт учнів і студентів.

Апробація результатів роботи. Кваліфікаційна робота обговорена на засіданні кафедри української і слов'янської філології та журналістики

Херсонського державного університету. Апробація дослідження відбулася на I Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів та молодих вчених «Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій» (Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, м. Миколаїв, 13-14 травня 2025 р.). **Стаття** «Функції заголовків онлайн-видання «Освіторія Медіа» подана до друку у альманах Херсонського державного університету «Магістерські студії» (випуск XXV).

РОЗДІЛ 1

МЕДІАНАЗВИ ВИДАНЬ ОСВІТНЬОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

1.1. Особливості заголовків онлайн-видань

Особливо цікавим у заголовку є його домінантність у структурі будь-якого тексту, семантична складність, широкий спектр синтаксичних типів, багатofункційність. Це оновлення текстового повідомлення.

Заголовок є невід'ємною частиною будь-якої публікації та є першим показником завершеного тексту, допомагаючи читачеві ознайомитися з поданою інформацією. Розподіл опублікованої інформації в просторі та часі багато в чому залежить від заголовка. Це стосується текстових одиниць усіх типів стилів мови, особливо стилів засобів масової інформації, які характеризуються винятковою оперативністю та інформативністю у висвітленні суспільно актуальних проблем сучасності [27]. Онлайн-видання є одним із засобів масової інформації, які приваблюють читачів завдяки своїй унікальній мові, структурі, макету та декоративним формам.

Заголовок як елемент тексту виражається через візуальне виділення видання, мовне оформлення та оригінальну графіку.

Незважаючи на чисельні спроби вітчизняних і зарубіжних дослідників виявити функційні риси заголовків як стилістичних та текстових одиниць мови та мовлення, питання про функційну специфіку медіаназв на сьогодні залишається дискусійним.

Як об'єкт лінгвістичного дослідження заголовки неодноразово ставали предметом спеціалізованих лінгвістичних досліджень. Такий інтерес не випадковий, оскільки структура заголовків онлайн-видань останнім часом ускладнилася, а обсяг його функцій значно розширився. В українській лінгвістиці медіаназви досліджували А. Загнітко, Л. Пат, О. Піскач, В. Садівничий, А. Сафонов, О. Тимчук, В. Тарасюк та ін.

Різниця між заголовками журналістських матеріалів і назвами літературних творів полягає в тому, що заголовки новин є не лише заголовком документа, але також служать інтересом, напрямком, інформацією та сюжетом. Серед усіх засобів комунікації паперових газет та інтернет-газет роль заголовків є найважливішою, адже від цього залежить можливість читання видання. Люди автоматично звертають увагу на слова, написані великим шрифтом або кольорами (саме так часто розділяються заголовки на газетних і журнальних сторінках). Якщо ці слова не зацікавлять реципієнта, матеріал часто буде проігнорований, навіть якщо він може сказати щось цікаве, корисне та інформативне. Ще важливіше значення заголовків в онлайн-виданнях. У стрічці новин читач не бачить ні обсягу матеріалу, ні ілюстрацій з новинної публікації. Вони орієнтуються лише на текстові назви. Неправильний підбір назви безпосередньо вплине на кількість переглядів і прочитань новини, знизить її привабливість, а потім вплине на загальну оцінку ЗМІ.

Поєднання заголовків значною мірою визначає продуктивність і ефективність друкованого документа. Це важлива частина газет і журналів і, можливо, найважливіше джерело новин для онлайн-видань. Медійні назви є не лише виражальним засобом, семантичним наповненням і певним стилістичним оздобленням новинних текстів, а й комунікативно-практичним компонентом вираження.

Ядром семантичної організації новинних творів і структурною категорією сучасні дослідники медійного дискурсу вважають заголовки. Л. Павлюк твердо переконана, що назва медіа репрезентує поняття видання, «відбору» та підготовки аудиторії [31]. Сучасні ЗМІ концептуально змінили сприйняття текстового неймінгу. Особливо в пострадянський період значно зросла увага до інформаційної бази заголовків і способу подачі його.

Заголовок у сучасній лінгвістичній науці розглядається більшістю дослідників як ключова комунікативна одиниця, що забезпечує

первинний контакт між автором і читачем. Він виконує функцію стислого й виразного орієнтира, який заздалегідь інформує про зміст публікації та сприяє її легшому сприйняттю.

Широкий спектр має дослідження Л. Солодкої «Лексико-семантичні особливості газетних заголовків», здійснене на базі українського заголовкового контенту [37]. Історичне функціонування заголовків було предметом дослідження Є. Сибіренко-Ставроян, яка застосувала сучасні методи, зокрема контент-аналіз, аналіз незалежних характеристик та кореляційний аналіз [36]. Г. Микитів та Т. Попруга розглянули інтерпретацію газетних заголовків у сучасному інформаційному просторі [28]. Актуальності набуває вивчення медіазаголовків у суспільному аспекті, зокрема В. Шевченко аналізує заголовки як інструмент впливу на суспільну свідомість [38].

В умовах актуалізації медіадискурсивних досліджень особливу увагу привертають наукові студії, що фокусуються на аналізі заголовків цифрового контенту, передусім онлайн-медіа, медіаназв мережевих ЗМІ, зокрема здійснені розвідки таких зарубіжних та вітчизняних науковців: Р. Крейг «Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у нових ЗМІ» [23], А. Калініченко «Заголовок як важливий інструмент привернення уваги до новини в онлайн-ЗМІ» [21]; А. Дедушкіна «До проблеми ефективності заголовків новин в інтернет-ЗМІ» [8]

Медіаназва як важливий чинник успішної публікації має особливе значення для авторів, оскільки спонукає їх до постійного творчого пошуку, добору ефективних форм і способів вираження головної ідеї матеріалу, а також формує структуровану логіку подання інформації та фактів. Публікація, розміщена під гідним заголовком, заохочує читача її прочитати.

1.2. Характеристика контенту «Освіторія Медіа»

Досліджуючи українські онлайн-видання освітньої журналістики, П. Катеринич класифікує їх таким чином: 1) комплексні видання (поєднання освітнього змісту та навчальної складових); 2) тривіально – нестрого структуроване стандартне інформаційне джерело без інноваційних компонентів (є компонент аналізу інформації, але немає візуалізації даних); 3) інноваційні (поширення інформаційного контенту, поданого у спрощеному вигляді, візуалізованого за допомогою мультимедійних засобів та смарт-технологій). Учений вважає, що онлайн-видання «Освіторія Медіа» належить до інноваційних [Катеринич П. Освітня журналістика]. Ми цілком погоджуємося із думкою П. Катеринича.

«Освіторія Медіа» — це онлайн-медіа, яке висвітлює питання освіти та виховання дітей в Україні. Воно є частиною громадської спільки «Освіторія», метою якої є розвиток та реформування української освіти, підняття її на міжнародний рівень та створення можливостей для навчання дітей за передовими стандартами.

Контент «Освіторія Медіа» орієнтований на вчителів, батьків та учнів, пропонує актуальні новини, методичні матеріали, поради з виховання та інноваційні освітні практики. Наприклад, улітку 2025 року висвітлювалися такі теми: *Українських школярів навчатимуть енергоефективності з 4 до 11 класу* (25.07.2025), *Чілдрен Кінофест 2025: фільми, які можна подивитися разом з дітьми* (07.06.2025), *Резилієнтність у дітей: як її формувати й чому це важливо* (16.07.2025), *Літнє виховання: гуляти, бруднитися та нудитися* (20.07.2025).

1.2.1. Розділи та рубрики сайту

Сайт «Освіторія Медіа» має п'ять основних розділів: «Новини», «Вчителям», «Батькам», «Award», «Співпраця».

Актуальні події та тенденції в освітній сфері висвітлюються у розділі **«Новини»**, наприклад: *Навчання оцінюванню НУШ призупинено: МОН пояснив причину* (17.02.2025), *Про вступ України до ЄС простими словами — стартував онлайн-курс для освітян та старшокласників* (10.07.2025), *Українських школярів навчатимуть енергоефективності з 4 до 11 класу* (25.07.2025).

Розділ **«Вчителям»** містить матеріали для професійного розвитку педагогів, методичні рекомендації та інноваційні підходи до навчання, різноманітні поради тощо, наприклад: *Складний телефонний дзвінок батькам зі школи: інструкція з готовими фразами* (11.03.2025), *Цькують не тільки учнів: як учителю захистити себе від мобінгу і булінгу — поради юриста* (02.07.2025), *ШІ без списування та плагіату: як організувати співпрацю учнів і штучного інтелекту* (04.03.2025), *Як Мрія змінює робочий день учителя: висновки тестування застосунку* (08.02.2025).

У розділі **«Батькам»** медійники надають поради щодо виховання дітей, окреслюють психологічні аспекти та сімейні цінності. Наведемо кілька заголовків публікацій цього розділу: *Розлука з татом під час війни: як допомогти дитині?* (14.06.2025), *У що погратися з дітьми надворі: зимові веселощі* (26.12.2024), *Як пережити вступну кампанію: шпаргалка для батьків* (14.06.2025).

«Award» — це відзнака, яка позначена в навігаційному меню досліджуваного нами онлайн-видання. У 2024 році «Освіторія Медіа» започаткувала премію «Освіторія.Медіа award» для відзначення видатних внесків у розвиток та підтримку освіти під час широкомасштабної війни. Проєкт «Укрліт» від Megogo, який озвучив більше 250 творів української літератури для учнів 5–11 класів, став переможцем у номінації «edTech-прорив».

У 2025 році відбулося друге відзначення з розширеним колом номінацій і можливістю відкритого голосування. 27 травня 2025 року оприлюднили оголошення короткого списку номінантів у категоріях:

EdTech-прорив (інновації в цифровій освіті); Освіта задля добробуту (підтримка вразливих груп); Ідентичність+ (розвиток української культури та громадянської освіти); Build Back Better (відбудова освітніх просторів); Спеціальна відзнака за освітню життєстійкість (проекти, що підтримують освіту в кризових умовах) та Вибір читачів (ініціатива, яку обирає аудиторія шляхом голосування).

19–20 червня 2025 року вручення премій відбулося під час фестивалю «Вчителі майбутнього» у Львові. 23 червня 2025 року оголосили переможців у кожній номінації: платформа «Абук» (легальні аудіо- та електронні книжки українською); Khan Academy for Ukraine (переклад освітньої платформи українською); «Відлуння спогадів»; DECIDE: ВІДБУДОВА (створення укриттів-коворкінгів); Психологічний Хаб (підтримка дітей з інвалідністю); курси української мови (Івано-Франківськ). Переможців обирали за такими показниками: 1) вплив на аудиторію, насамперед цільові групи (вразливі спільноти, постраждалі регіони); 2) комплексність рішення (наскільки проєкт враховує різні аспекти проблеми); 3) стійкість і довговічність ефекту ініціативи. Основні номінації охоплюють технологічні стартапи, соціально-освітні проєкти, групову ідентичність та психоемоційну підтримку.

На сайті досліджуваного онлайн-видання висвітлено події цього проєкту: *Освіторія.Медіа award 2025: в Україні відзначать найкращі освітні ініціативи* (02.04.2025); *Освіторія.Медіа відзначає освітні ініціативи 2025 року: як номінувати освітній проєкт і хто може отримати нагороду* (14.04.2025); *Справжні зміни можливі лише разом: короткий список Освіторія.Медіа award 2025* (20.05.2025). Розділ «Award» — не просто про нагороду, а про визнання тих, хто творить майбутнє освіти в Україні.

«Співпраця» — спеціальний розділ (tag або landing-page) на сайті «Освіторія Медіа», призначений для налагодження партнерських зв'язків,

залучення до спільних проєктів та взаємодії з освітніми, медійними, державними й міжнародними організаціями. Цей розділ відкритий для тих, хто хоче спільно розвивати освіту в Україні, підтримувати вчителів, створювати контент або реалізовувати соціальні проєкти. Він охоплює партнерські програми (можливість долучитися до освітніх ініціатив, конкурсів, премій) і рекламні можливості (розміщення освітньої реклами, банерів, спецпроєктів), містить контактну інформацію та умови передруку, чітко визначає етапи роботи. У розділі «Співпраця» онлайн-видання «Освіторія Медіа» пропонує формати, які можна замовити (новина про проєкт як суспільно важливу подію; стаття; експертна колонка за вашим текстом; колонка, написана з інтерв'ю журналіста; пост на Facebook; спецпроєкт під ключ; згадка у статті; згадка в освітньому дайджесті; креативні шаблони для уроків) та зазначає тарифи за кожен вид співпраці. Таким чином «Освіторія Медіа» залучає до спільної діяльності бренди та організації, які хочуть представити свої освітні ініціативи, продукти чи сервіси в форматі, що органічно інтегрується з контентом платформи; експертів, вчителів, освітян з власними позиціями — можливість опублікувати колонку або експертний матеріал; партнерів із державної, міжнародної та соціальної сфери, зацікавлених у медійному охопленні освітянської аудиторії.

Отже, у трьох розділах сайту «Новини», «Вчителям» і «Батькам» публікуються усі різноманітні численні матеріали. Майже всі публікації журналісти видання відносять до певних рубрик. Назвемо основні рубрики, які представлені на сайті «Освіторія Медіа», з їх коротким описом і прикладами заголовків:

- **новини** (актуальні події в освіті України та світу): *Астрофото, розбір тестів із сертифікації, курси для військових та розпізнання психології злочинця: освітні можливості тижня (14.02.2025); Для вступників до магістратури: деталі ЄВІ від Українського центру*

оцінювання якості освіти (14.03.2025); Навчання оцінюванню НУШ призупинено: МОН пояснив причину (17.02.2025);

- **EdTech** (цифрові інструменти, гейміфікація, штучний інтелект у навчанні): *1,8 мільйона цифрових уроків створили вчителі в Україні (13.02.2025); Освітні тренди 2025: як учні навчаються в цифрову епоху (21.07.2025); ШІ без списування та плагіату: як організувати співпрацю учнів і штучного інтелекту (04.03.2025);*
- **психологія** (емоційне здоров'я дітей, поради психологів, резилієнтність): *Вчимося керувати емоціями разом із героями мультика «Думками навиворіт 2» (01.03.2025); Літо з підлітком: шлях до злагоди (19.07.2025); Чому діти так часто демонструють агресію і чи в усьому винна війна? (27.02.2025);*
- **лайфстайл** (освітнє дозвілля, рецепти, культурні поради): *У що погратися з дітьми надворі: зимові веселоці (26.12.2024); Рецепти літніх лимонадів від шеф-кухаря: зробіть їх разом з дітьми (07.07.2025); Літня їжа як спокуса: готуємо за рецептами Шевченка, Франка і Лесі Українки (22.07.2025);*
- **альтернативна освіта** (неформальні підходи, патріотичні мультфільми, інновації): *А вас лякає фемінізм? (07.03.2025); Знай українське: 5 патріотичних мультфільмів до Дня Української Державності (15.07.2025); Шляхами війни: урок про три роки незламності (11.02.2025);*
- **батьківський upgrade** (як зробити виховання сучасним і ефективним): *Літнє виховання: гуляти, бруднитися та нудитися (20.07.2025); Як зберегти сім'ю, коли один з вас на війні: огляд нової книги «5 мов любові. Військове видання» (28.02.2025); Як пережити вступну кампанію: шпаргалка для батьків (14.06.2025);*
- **тенденції** (світові освітні тренди, форуми, дослідження): *Всесвітній день книги: 5 стратегій читання, що працюють*

(05.03.2025); *10+ млрд € для відбудови України, освіта серед пріоритетів — Ukraine Recovery Conference 2025* (11.07.2025); *Чи справді ChatGPT робить наш мозок ледачим? Дослідження про вплив ШІ на роботу мозку* (30.06.2025);

- **здоров'я** (профілактика вигорання, фізичне та психічне здоров'я освітян): *Вчительська відпустка: ідеї для відпочинку і маленьких щоденних приємностей* (05.07.2025); *Найприємніша вчительська домишка на літо* (04.07.2025); *Перезавантаження на перерві: барабани та ще п'ять вправ* (03.03.2025);
- **дискусія** (освітні дебати, фестивалі, обговорення майбутнього освіти): *Головна опора майбутнього України — це її люди: дослідження CSIS* (10.03.2025); *Дискусія на фестивалі «Вчителі майбутнього 2025»* (21.07.2025); *Відкрита дискусія із заступницею міністра освіти з дошкілля: цікавих запрошують на вебінар* (13.03.2025);
- **ексклюзив**: *Іван Малкович: «Лякає не штучний інтелект. А те, що люди можуть не помітити, що книжку написав ШІ»* (12.03.2025); *Ліні Костенко — 95 років: її вустами говорить Україна* (14.03.2025); *Нам немає коли заспокоїтись: 12 знакових цитат Ліни Костенко в інтерв'ю Сергію Жадану* (16.07.2025).

Рубрики «Освіторія Медіа» охоплюють як формальну, так і неформальну освіту, підтримку вчителів і батьків, а також інновації в навчанні.

1.2.2. Тематика публікацій

Тематика публікацій сайту «Освіторія Медіа» охоплює широкий спектр освітніх, педагогічних і суспільних питань. Проаналізуємо основні напрями контенту та наведемо приклади заголовків публікацій.

Освітні новини та реформи. У публікаціях цієї тематики висвітлені актуальні події у сфері освіти України та світу; оновлення законодавства,

зміни у навчальних програмах; упровадження нових методик навчання, ініціативи уряду та громадських організацій; вплив війни на освіту (функціонування шкіл під час воєнного стану, відновлення навчального процесу в постраждалих регіонах). Наприклад: *Доступ до української освіти на TOT: типова освітня програма* (22.07.2025); *ДПА повертається: коли і в які класи — розповіла Тетяна Вакуленко* (09.07.2025); *Закриття шкіл в Україні неминуче: пані освітній омбудсмен назвала причини* (09.07.2025).

Методики та інновації у навчанні. Журналістські матеріали цієї теми окреслюють використання сучасних технологій у навчанні (дистанційна освіта, штучний інтелект, гейміфікація); розвиток креативного мислення у дітей; викладання дисциплін за новими підходами; найкращі міжнародні практики та їхнє впровадження в українських школах. Наприклад: *Корпоративне навчання від Тренінгового Центру Освіторії. Як воно допомагає школам задавати тренди?* (13.03.2025); *Найкращі методики: що вчителям-предметникам допоможе у 2025 році* (08.01.2025); *Освітні тренди 2025: як учні навчаються в цифрову епоху* (21.07.2025).

Професійний розвиток учителів. Публікації цієї тематики охоплюють матеріали для самоосвіти та підвищення кваліфікації працівників освіти; психологічну підтримку педагогів (вигорання, мотивація, баланс роботи та особистого життя); інтерв'ю з відомими освітянами, обмін досвідом; розробки готових уроків. Наприклад: *Герої Небесної Сотні: як провести урок-дослідження* (10.02.2025); *Сила Шевченка: ваш готовий незабутній урок про Кобзаря* (06.03.2025); *Складний телефонний дзвінок батькам зі школи: інструкція з готовими фразами* (11.03.2025).

Виховання та психологія дітей. У матеріалах цієї теми медійники звертають увагу на розвиток емоційного інтелекту у дітей; вплив гаджетів та соціальних мереж на психіку дитини; висвітлюють

взаємовідносини між батьками, дітьми та вчителями; надають поради як розмовляти з дітьми про складні теми (війна, екологія, інклюзія). Наприклад: *Великі плани для маленьких людей: як поживає дошкілля?* (18.05.2025); *Летить «велике і залізне»: як працювати з емоціями дитини під час війни* (08.02.2025); *Як відучити дітей битися між собою: 4 моделі поведінки* (09.02.2025).

Наука та освітні дослідження. Медіаконтент цієї теми містить аналітику щодо освітніх трендів; психологічні дослідження про навчання і розвиток дітей; підходи до оцінювання знань у різних країнах. Наприклад: *Головна опора майбутнього України — це її люди: дослідження CSIS* (10.03.2025); *Роботи виходять на сцену: як нові технології змінюють школу* (08.07.2025); *Що приховує новий штучний інтелект DeepSeek з Китаю? Огляд III-експертки* (08.02.2025).

1.2.3. Жанри освітніх матеріалів

Публікації на сайті «Освіторія Медіа» представлені у різних жанрах, що забезпечує різноманітність контенту та залучення широкої аудиторії. Аналіз зібраного матеріалу дозволив виділити такі основні жанри: інтерв'ю, замітка, стаття (аналітична й науково-популярна), огляд, рейтинг, гайд, інструкція, лайфхак, колонка, особиста історія, репортаж.

Інтерв'ю на освітню тематику — це діалог, структурований за попереднім сценарієм, який передбачає безпосереднє спілкування між інтерв'юєром і співрозмовником (освітнім експертом, вчителем, науковцем, урядовцем, освітнім реформатором, цікавою для сфери освіти особою). Інтерв'ю здебільшого подають у форматі запитань-відповідей, також можливий нарисовий стиль оформлення публікації. Наведемо кілька прикладів інтерв'ю в «Освіторія Медіа» за літо 2025 року: *Нам немає коли заспокоїтись: 12 знакових цитат Ліни Костенко в інтерв'ю Сергію Жадану* (16.07.2025) — поетеса говорить про стійкість, культуру та час, у якому ми живемо; *«Освіта — це не про видатки. Освіта — це*

інвестиції і розвиток держави» — Оксен Лісовий (03.06.2025) — міністр освіти розповідає про цифрову трансформацію, повернення учнів до очного навчання та реформу НУШ; «Не можна покладати відповідальність за освітні втрати на вчителів» — Тетяна Вакуленко (05.06.2025) — очільниця УЦОЯО ділиться баченням освітніх вимірювань і викликів після війни; «Леся — не хвора, а Тарас — не ікона» — Тамара Гундорова (21.06.2025) — літературознавиця переосмислює шкільну класику та роль української літератури у світі; «Ідіть за покликом, а не за трендом» — Олександр Трегуб (18.06.2025) — CEO Projector Foundation про реформу профтехосвіти та підприємницький дух у навчанні; «Освіта ніколи не буде такою, як до війни» — Микола Скиба (10.06.2025) — освітній експерт аналізує нові тенденції та помилки шкіл у часи нестабільності.

Наведені інтерв'ю охоплюють ключові теми (реформу освіти, виклики війни, культурну трансформацію та роль педагогів у майбутньому України), ці розмови — не просто слова, а глибокі роздуми про те, як освіта формує майбутнє країни.

Основою **замітки** на освітню тематику є новина в освітній сфері (дошкільна, шкільна, вища, позадипломна, інклюзивна освіта, освіта дорослих), що стосується суспільно важливої освітньої теми. Мета такої публікації — інформування про останні події у сфері освіти. Для замітки характерний оперативний стиль викладу, акцент на фактах. Наприклад: *Оголосили переможців “Освіторія.Media award 2025” (22.06.2025); ДПА повертається: коли і в які класи — розповіла Тетяна Вакуленко (09.07.2025); Закриття шкіл в Україні неминуче: пані освітній омбудсмен назвала причини (09.07.2025); Оновлення Держстандарту для початкової школи: що зміниться (14.02.2025).*

У **статті** на освітню тематику автор ставить за мету дослідити освітні ситуації, процеси та явища насамперед з урахуванням закономірностей,

що визначають їхню природу та розвиток, а також перспективи, що стосуються цього явища чи процесу.

Аналітичні статті містять глибоке дослідження освітніх тем, аналіз тенденцій, порівняння українського та міжнародного досвіду, висвітлюють ключові освітні виклики, тренди та ініціативи. Такий різновид статей характеризується використанням статистичних даних, посиланнями на дослідження, наприклад: *Три болючі проблеми освіти на ТОТ у 2025 році та чи існує для них вирішення?* (09.02.2025); *Як вчителю помітити тривогу в учня і куди направити по допомогу, якщо поруч немає шкільного психолога* (21.07.2025); *Освітні тренди 2025: як учні навчаються в цифрову епоху* (22.07.2025); *Цифрова революція в дошкільних та позашкільних закладах: як Sadok осучаснює їх уже сьогодні* (17.07.2025). Ці статті охоплюють глибокий аналіз освітніх процесів, викликів війни, цифрових інновацій та соціального впливу освітніх ініціатив.

Науково-популярні статті й дослідження базуються на використанні даних наукових досліджень про освіту, психологію, когнітивні науки тощо. Вони містять огляд теорій, пояснення механізмів навчання, наприклад: *Чи можлива стабільна освіта в часи потрясінь: 7 уроків Education World Foru»* (15.07.2025); *Цифрова революція в дошкільних та позашкільних закладах: як Sadok осучаснює їх уже сьогодні* (18.07.2025); *ІІІ вперше здобув “золото” на математичній олімпіаді* (22.07.2025); *Освітні тренди 2025: як учні навчаються в цифрову епоху* (21.07.2025); *Що приховує новий штучний інтелект DeepSeek з Китаю? Огляд ІІІ-експертки* (08.02.2025). У рубриці «Дослідження» на сайті онлайн-видання «Освіторія Медіа» у червні 2025 року опубліковані зокрема три матеріали: *Чи справді ChatGPT робить наш мозок ледачим?* (30.06.2025) — про дослідження впливу штучного інтелекту на роботу людського мозку; *Дослідження про вплив ІІІ на роботу мозку* (30.06.2025) — супутньо згадані у стрічці сайту як тематична публікація; *Освіторія*

вперше презентувала масштабне дослідження української освіти: основні цифри та факти (30.06.2025) — дослідницький матеріал, присвячений кадровим викликам української освіти (зменшення кількості вчителів, навантаження). Науково-популярні статті допомагають краще зрозуміти, як змінюється освіта в Україні та світі — від психології до цифрових інновацій, це глибокі аналітичні матеріали, що пояснюють складні освітні явища простою мовою.

Огляди та рейтинги на сайті «Освіторія Медіа» містять переліки корисних ресурсів, книг, онлайн-курсів тощо, для них характерна суб'єктивна оцінка, рекомендації. Наведемо кілька прикладів: *Освіторія.Медіа award 2025: короткий список номінантів (27.05.2025)* — огляд найвпливовіших освітніх проєктів року; *Справжні зміни можливі лише разом (12.06.2025)* — рейтинг фіналістів премії Освіторія.Медіа award 2025; *Переможці Освіторія.Медіа award 2025 (20.06.2025)* — рейтинг найкращих освітніх ініціатив за версією журі та читачів.

Практичні матеріали для вчителів, батьків та учнів подано у «Освіторії Медіа» у вигляді **гайдів, покрокових інструкцій, лайфхаків**, їх вирізняє чітка структура, алгоритми дій, корисні поради. Наприклад: *Як організувати дистанційне навчання учнів — покрокова інструкція (04.06.2025)*; *Швидка підготовка до уроку: цифрові лайфхаки (12.06.2025)*; *7 кроків до найцікавіших онлайн-уроків: покрокова інструкція (20.06.2025)*; *Гайд для вчителів: як модерувати Zoom-уроки без стресу (01.07.2025)*; *Цифрові інструменти для роботи без інтернету: добірка лайфхаків (15.07.2025)*; *Електронний журнал у школі: як перейти і з чого розпочати (22.07.2025)*; *НМТ 2025 у деталях: 10 неочевидних порад двохсотбальників (26.03.2025)*; *Мотиваційний лист 2025: 10 секретів, щоб універ обрав саме вас (04.05.2025)*. Ці публікації допомагають вчителям адаптуватися до нових форматів навчання, оптимізувати час і створювати комфортне освітнє середовище.

У колонках та особистих історіях наявний авторський погляд на освіту, виховання, педагогічну практику, їх вирізняє емоційне забарвлення, елементи розповіді та рефлексії. Це журналістські тексти про досвід, виклики та внутрішні трансформації, наприклад: *Як я навчилася не боятися змін* (07.06.2025) — колонка вчительки з Харкова; *Мій шлях до інклюзивної освіти* (14.06.2025) — особиста історія мами дитини з аутизмом; *Коли школа стала моїм прихистком* (25.06.2025) — колонка педагога з прифронтової зони; *Чому я повернулася до викладання після еміграції* (02.07.2025) — історія викладачки з Чернівців; *Освіта як акт любові* (09.07.2025) — колонка психологині про емоційне вигорання; *Мій перший рік у школі після поранення* (23.07.2025) — особиста історія ветерана, який став учителем. Особисті сторітелінги — не просто розповіді, а відверті рефлексії про силу освіти, людяність і пошук себе в нових реаліях.

Репортаж на освітню тематику – подієво-тематичний матеріал, що має послідовне зображення події (динаміку оповіді, наочність, подання деталей, відображення дій і висловлювань учасників подій). Це живі історії з освітніх заходів, конференцій, експериментальних шкіл. Визначальні ознаки репортажів – деталізація, опис атмосфери події, наприклад: *Вчителі майбутнього 2025: огляд освітнього фестивалю у Львові* (19.06.2025) — репортаж із церемонії нагородження; *Літнє виховання: гуляти, бруднитися та нудитися* (21.07.2025) — репортаж про літні практики для дітей; *Літо з підлітком: шлях до злагоди* (20.07.2025) — репортаж про психологічні виклики канікул; *Цифрова революція в дошкільних та позашкільних закладах: як Sadok осучаснює їх уже сьогодні* (18.07.2025) — репортаж про EdTech-застосунок; *Нам немає коли заспокоїтись* (16.07.2025) — репортаж із інтерв'ю Ліни Костенко для Сергія Жадана. Репортажі відображають атмосферу освітніх подій, показують реальні історії людей та демонструють, як змінюється освіта в Україні.

Отже, контент «Освіторія Медіа» представлений у різних жанрах: від новин та аналітики до особистих історій і наукових досліджень. Це сприяє тому, що сайт є не лише джерелом інформації, а й майданчиком для професійного розвитку та натхнення працівників освіти.

«Освіторія Медіа» — це провідне українське онлайн-видання, присвячене освіті та вихованню дітей в Україні. Його читацька аудиторія складає близько 5 мільйонів осіб на рік, понад 9.5 млн переглядів на рік, близько 30 000 репостів на місяць.

Таким чином, «Освіторія Медіа» є важливим ресурсом для всіх, хто цікавиться сучасними тенденціями та розвитком освіти в Україні, пропонуючи корисні матеріали та підтримуючи інноваційні освітні ініціативи. Загалом контент «Освіторія Медіа» спрямований на інформування, підтримку та натхнення освітян, батьків і всіх, хто цікавиться розвитком освіти в Україні.

РОЗДІЛ 2

ФУНКЦІЙНИЙ І СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЗАГОЛОВКІВ «ОСВІТОРІЯ МЕДІА»

2.1. Функції медіа назв

У сучасній лінгвістиці спостерігаємо зміщення інтересу дослідників від структурних аспектів до структурно-функційних. Заголовки стають об'єктом текстової лінгвістики, а їх характеристики вивчають у рамках метасинтаксису, синтаксису тексту [6]. Відповідно до цього погляду, заголовок не є еквівалентом слова, словосполучення чи речення, а є рівноправною частиною тексту, його творчою єдністю, так само як вступ, основна частина і висновок.

Питання функційної специфічності заголовків залишається дискусійним і досі, оскільки дослідники ще не дійшли єдиної думки щодо визначення його кількісних і якісних властивостей. Це стосується і онлайнових заголовків, які представляють основні ознаки тексту новини. Спочатку дослідник визначає функційне призначення назви видання, виходячи з основних вимог до його створення. Так, В. Іванов наголошує на таких моментах: максимальна стислість і інформативність, мінімальна кількість слів, об'єктивне відображення тематичного змісту тексту, оригінальність, публіцистична заостреність і виразність, структурна цілісність і виразність тону [17]. Учений зазначав, що важливим чинником функційного призначення газетних заголовків є читацький інтерес до прочитання видання. Лише сукупність і узагальнення цих вимог дає змогу визначити функцію заголовка як одиниці тексту [17].

Будь-який мовний елемент виконує свою особливу функцію і його сутність постає невід'ємною частиною структури. Звідси використання мовних одиниць, тобто їхня функційність, проявляється в їх ролі як

комунікаційних механізмів свідомості, як інструментів сприйняття та передбачення.

Під інформативністю заголовка розуміється його здатність повно виражати інформаційну мету. Слід відрізняти «інформативні» заголовки від «переконливих». Водночас ці дві ознаки впливають на загальну інформативність будь-якого видання, оскільки принаймні остання не відчужує читача від видання. Інформативність характеризує ні абсолютний обсяг інформації, що міститься в заголовку, ні його загальну «інформаційну насиченість», а лише ту смислову інформацію, яка стане надбанням реципієнта. Тобто інформативність заголовка – це відносне тлумачення реципієнтом ідеї, мети, основної думки повідомлення та комунікативного наміру автора.

Ефект «смислової привабливості» виникає, якщо заголовок важко сприйнятий читачем, якщо зміст заголовка неповністю пов'язаний із текстом і не відображає мети повідомлення. Якщо ж заголовок містить стандартні словесні формули, він втратить свою інформативність і привабливість, оскільки створить відчуття знайомства з інформацією, а це знайомство ґрунтується на стереотипних, свідомо сформованих асоціаціях.

Заголовок будь-якої новинної публікації як елемент текстової моделі виконує різні функції: комунікативну, оскільки виконує функцію впливу на тему інформації, оскільки не лише ознайомлює читача зі змістом теми матеріалу, але й впливає на читача таким чином, що спонукає його виробити соціальні установки, узгоджені зі змістом повідомлення; експресивну, оскільки заголовок спочатку викликає у читача позитивні чи негативні емоції, а також виконує функцію візуального розрізнення, коли потрібно особливо акцентувати увагу на події.

Безперечно, що головна функція заголовка – дати уявлення про суть тексту з економним використанням мовних засобів. Тому журналісти

постійно шукають нові способи самовираження, щоб їхні заголовки були не лише інформативними, але, головне, клікабельними.

Н. Шульська і Р. Зінчук у статті «Комунікативно-функційний потенціал заголовків у мові сучасних медіа» детально описують такі функції заголовка, як називну, інформаційну, привабливу, графічно-видільну, експресивно-оцінну, інтерактивну, комунікативну, рекламну; розглядають додаткові ієрархічні класифікації функцій заголовків, згідно з якими виділяють внутрішні (вказівна, виокремлення та завершення, формування тексту) та зовнішні (організація читацької уваги, уявлення, зв'язок) функції; також описують незалежні та умовні функції заголовків [39].

В. Іванов вважає, що мета заголовка — викликати у читача зацікавленість, стисло і чітко передати основну думку публікації (тобто спонукати до читання того, що надруковано під назвою). Продовжуючи аналізувати питання функції медіаназви, науковці акцентували увагу на таких її характеристиках: 1) максимальне сприйняття предметного змісту тексту; 2) оригінальність і своєрідність; 3) чутливість і експресивна сила думок та почуттів; 4) удосконалення структури та експресивної здатності термінології [17].

Засоби масової інформації відіграють важливу роль у формуванні уваги та поінформованості аудиторії, тому перед журналістами постає завдання створювати матеріали, які зможуть максимально ефективно впливати на свідомість споживача контенту.

Ефективність заголовка напряму залежить від уміння медійника підібрати повний і водночас стислий заголовок, який привертає увагу читача. Використання мінімального лінгвістичного матеріалу робить цей елемент в міру цікавим і захопливим. Точна передача змісту й допомога у вирішенні поставлених проблем є нелегким завданням, тому вимагає якомога більше знань, досвіду, таланту та зусиль. За нинішнього сценарію, щоб завоювати серця вимогливих читачів, видавці намагаються

надати якомога більше інформації на сторінках новин, що неможливо з точки зору функційності заголовків [28]. З огляду на це, основна функція заголовків медіа — дати уявлення про характер тексту з дбайливим використанням мовних засобів. Тому журналісти постійно шукають оригінальні способи вираження, адже новизна завжди привертає увагу, інтерес і викликає певні емоції.

З появою газет заголовки могли лише допомогти відрізнити певне видання від інших. Номінативна (називна) функція встановлюється, коли називається тема публікації. Інформаційна функція заголовка полягає в тому, що він повністю або частково відображає зміст цього твору або розділу. Функція залучення присутня на рівні акцій та рекламних кампаній, оскільки за допомогою таких заголовків видавці та автори неодмінно прагнуть уплинути на читачів. Також заголовки можуть мати рекламний характер і сприяти залученню читачів [18].

Заголовки в основному виділяють документи в колонці і відмежовують їх один від одного. У цьому контексті варто згадати функцію поділу графіки. Ця функція єдина, що виконується невербально: вибір використовуваних шрифтів, використання кольорів, графічних засобів тощо.

Як підкреслював В. Михайленко, назва (називна, сигнальна) є найважливішою функцією заголовка. Це означає, що читач, прочитавши заголовок, має одразу з'ясувати, про що йтиметься в тексті та якого змісту контент (політика, економіка, освіта, музика, спорт, медицина тощо). Ідея теми, винесеної в заголовок, часто зводиться до ідеї унікального аспекту цієї теми, проблеми. Іншими словами, наприклад, читачеві недостатньо зрозуміти, що текст присвячений політиці, але потрібно ще й показати, що йдеться про соціальну політику, про підвищення рівня життя людей. Зазвичай, коли журналісти аналізують те чи інше питання, вони висловлюють якісь важливі моменти, думки, щось підтверджують чи

спростовують. У цьому випадку заголовок може віддзеркалювати основну думку тексту новини [29].

Слід зазначити, що конкретні функції медіаназв у різних типах публікацій мають різну реалізацію.

Для ділової журналістики першочерговим завданням залишається достовірне відтворення суті тем, проблем та ідей у тексті. Такі видання мало уваги приділяють рекламній функції назви, оскільки орієнтовані на певну аудиторію, яка читає не для розваги.

Суспільно-політичні новини виконують і називну, і рекламну функцію, оскільки їх заголовки покликані представити характер і зміст тексту та привернути увагу реципієнта. Аудиторія цих видань дуже різноманітна, тому назви для різних груп читачів мають бути не тільки точними, але й захопливими.

Основною метою так званої «жовтої журналістики» є максимальне залучення уваги широкої аудиторії, що, у свою чергу, активізує рекламну функцію назви. Дуже часто журналісти таблоїдів викидають цинічні фрази з контексту та вживають неточні поняття, щоб створити помітний заголовок та додати коментар до того чи іншого матеріалу. Розміщення подібного заголовка без належного підтвердження в основному тексті може спричинити зниження рівня довіри як до конкретного матеріалу, так і до видання загалом.

Сьогодні лексичні та стилістичні можливості назв засобів масової інформації майже безмежні. Багато дослідників, які вивчають основні тенденції газетних заголовків, також відзначають значне зростання впливу сатири, мовної гри та модного стилю. В основі мовних ігор лежать різноманітні мовні явища: обігрування імен і прізвищ; використання алегорій, семантичних контрастів, використання звукових прийомів — аллюзій, навмисних порушень граматичних норм.

Заголовки в освітніх виданнях виконують не лише інформативну функцію, а й мають комунікативне, стилістичне та когнітивне

навантаження, залежно від цільової аудиторії (учителі, батьки, учні, освітні управлінці) та жанру публікації (новина, інтерв'ю, аналітика, порада, кейс). Заголовки освітніх видань — це не просто назви, а маркетингові, комунікативні та стильові інструменти, які формують перше враження про матеріал і впливають на бажання читача ознайомитися з ним. Досліджуваний матеріал дозволив виділити низку функцій заголовків онлайн-видання «Освіторія Медіа».

Інформативна функція. Інформативність — суттєвий критерій медіаназви, що містить інформацію про публікацію, відображає головну тему, ідею або проблему статті. Такі публікації повідомляють факт, орієнтують читача на актуальні події або освітні реформи, наприклад: *В Instagram в акаунтах з дітьми з'явилися нові захисні опції* (25.07.2025); *Навчання оцінюванню НУШ призупинено: МОН пояснив причину* (17.02.2025); *Українських школярів навчатимуть енергоефективності з 4 до 11 класу* (25.07.2025); *Усі учасники НМТ 2025 отримали результати тесту* (24.07.2025); *Бабуся на годину: у Японії набуває популярності новий сервіс* (22.07.2025).

Навігаційна функція допомагає читачеві швидко зорієнтуватися, про що матеріал, чи він корисний саме для нього. Заголовки, які виконують функцію навігації, економлять час читача, оскільки містять інтуїтивну підказку щодо змісту, наприклад: *Для вступників до магістратури: деталі ЄВІ від Українського центру оцінювання якості освіти* (14.03.2025); *Оновлення Держстандарту для початкової школи: що зміниться* (14.02.2025); *Чи стануть державні садочки доступними з 2025 року? Анастасія Коновалова — про новації дошкілля* (13.03.2025); *Вчитимуть планувати велорух: новий університетський курс в Україні* (15.02.2025).

Мотиваційна / емоційна функція стимулює реципієнта до прочитання, викликає емоцію, цікавість, подив або натхнення, закликає й залучає до дії, підтримує віру в успіх, викликає емоційне резонування.

Наприклад: *Як випускнику інтернату стати у 25 років керівником барбершопу* (27.07.2025); *Сила Шевченка: ваш готовий незабутній урок про Кобзаря* (06.03.2025); *Головна опора майбутнього України — це її люди: дослідження CSIS* (10.03.2025); *Летить «велике і залізне»: як працювати з емоціями дитини під час війни* (08.02.2025); *Матюки та цитати поетів: що пише молодь на протестних плакатах?* (24.07.2025).

Проблемно-акцентувальна функція виділяє важливі аспекти, які автор хоче підкреслити, фокусує увагу на гострих або суперечливих аспектах освіти, стимулює критичне мислення читача, залучає його до обговорення. Наприклад: *Три болючі проблеми освіти на ТОТ у 2025 році та чи існує для них вирішення?* (09.02.2025); *Закриття шкіл в Україні неминуче: пані освітній омбудсмен назвала причини* (09.07.2025); *Розгорання: як виходити із професійного вигорання?* (13.07.2025); *Розлука з татом під час війни: як допомогти дитині?* (14.06.2025); *Іван Малкович: «Лякає не штучний інтелект. А те, що люди можуть не помітити, що книжку написав ШІ»* (12.03.2025).

Аналітична / узагальнювальна функція вказує на наявність глибокого розбору, висновків, порівнянь, орієнтує на професійного читача (експерта, аналітика). Наприклад: *Більше, ніж людських навичок: яким буде навчання у 2025 році* (08.01.2025); *Головна опора майбутнього України — це її люди: дослідження CSIS* (10.03.2025); *Корпоративне навчання від Тренінгового Центру Освіторії. Як воно допомагає школам задавати тренди?* (13.03.2025); *Нові посади в школі, зміни у програмі, оновлені предмети: до чого готуватися вчителям?* (11.06.2025); *Оновлення Держстандарту для початкової школи: що зміниться* (14.02.2025).

Інструктивна / порадицька функція подає матеріал у вигляді інструкції, алгоритму або добірки порад, забезпечує прикладну цінність, орієнтує на дію, наприклад: *Як допомогти дитині, якщо вона боїться сирен: поради психолога* (15.12.2024); *Як пережити вступну кампанію:*

шпаргалка для батьків (14.06.2025); Швидка підготовка до уроку: цифрові лайфхаки (12.06.2025); Цькують не тільки учнів: як учителю захистити себе від мобінгу і булінгу — поради юриста (02.07.2025); Мотиваційний лист 2025: 10 секретів, щоб універ обрав саме вас (04.05.2025).

Анонсувальна функція повідомляє про можливості або майбутні події, попереджає про події, проекти, ініціативи, наприклад: *ДПА повертається: коли і в які класи — розповіла Тетяна Вакуленко (09.07.2025); Ліна Костенко незабаром — 95 років: її вустами говорить Україна (03.02.2025); Освіторія.Media award 2025: в Україні відзначать найкращі освітні ініціативи (02.04.2025); Стартувала підготовка до радіодиктанту Нацєдності — спецпроект на «Українському радіо» (24.07.2025); Бачити мозком: як ми сприймаємо світ, коли зникає зір — новий проєкт «Подкаст наосліп» (25.07.2025).*

Соціокультурна / ціннісна функція передає ідеї, ідеології, культурні наративи про освіту та її роль, формує цінності, просуває суспільні ідеали. Наприклад: *Головна опора майбутнього України — це її люди: дослідження CSIS (10.03.2025); Жінки-легенди: 8 українок, що підкорили світ (08.03.2025); Знай українське: 5 патріотичних мультфільмів до Дня Української Державності (15.07.2025); Герої Небесної Сотні: як провести урок-дослідження (10.02.2025); Виховувати не для виїзду, а для змін: як мотивувати підлітків будувати майбутнє в Україні (22.07.2025).*

Заголовки в освітніх медіа — багатофункційний інструмент, який передає зміст (інформативна функція); залучає емоційно (мотиваційна функція); структурує інформацію (навігаційна й інструктивна функції); спрямовує до дії або роздумів (проблемна, аналітична й ціннісна функції).

Більшість заголовків поєднують одночасно кілька функцій. Розглянемо функційність публікації *Літнє меню: як підтягнути математику й читання, готуючи їжу з дітьми (05.07.2025):*

інформативна функція (повідомляє про практичне заняття з освітнім ефектом; дає зрозуміти, що йдеться про поєднання кулінарії та навчання — математики й читання); мотиваційна / емоційна функція (викликає позитивну асоціацію з літом, дітьми, готується разом — усе це має емоційну привабливість; створює позитивну атмосферу літніх занять з дітьми, викликає інтерес; мотивує батьків долучитися до освіти через звичні дії — приготування їжі); інструктивна / поради функція (заголовок обіцяє практичні поради або методику — як саме навчання інтегрувати у побут; «Як підтягнути математику й читання...» — типове формулювання для порад чи лайфхаків).

2.2. Структура і семантика

За структурою виділяємо однокомпонентні (одна частина) і багатокомпонентні (кілька частин) заголовки. Зазначимо, що такий поділ доволі умовний і формальний. Однокомпонентним ми вважаємо заголовок, який є еквівалентом простого або складного речення і не ділиться на заголовну й підзаголовну частини, наприклад: *Як випускнику інтернату стати у 25 років керівником барбершопу* (27.07.2025); *Три болючі проблеми освіти на ТОТ у 2025 році та чи існує для них вирішення?* (09.02.2025). Багатокомпонентні — це заголовки із кількох частин, у них виділена головна частина (препозиція) і підзаголовок (постпозиція), наприклад: *Що таке любов? Думки дітей, що зворушують до сліз* (09.02.2025); *Що нам сказав Тарас: 6 послань українцям від Шевченка у часи війни* (08.03.2025); *Швидка підготовка до уроку: цифрові лайфхаки* (12.06.2025); *Цькують не тільки учнів: як учителю захистити себе від мобінгу і булінгу — поради юриста* (02.07.2025); *Стартувала підготовка до радіодиктанту Нацєдності — спецпроект на «Українському радіо»* (24.07.2025).

Більшість багатокomпонентних заголовків є еквівалентами безсполучникових речень із двома частинами, розділеними двокрапкою, наприклад: *Розлука з татом під час війни: як допомогти дитині?* (14.06.2025); *Рецепти літніх лимонадів від шеф-кухаря: зробіть їх разом з дітьми* (07.07.2025); *Роботи виходять на сцену: як нові технології змінюють школу* (08.07.2025); *Освіторія.Медіа відзначає освітні ініціативи 2025 року: як номінувати освітній проєкт і хто може отримати нагороду* (14.04.2025).

Серед однокомпонентних наявні заголовки еквіваленти простих та складних речень. Розповідні двоскладні речення інформують про новину, подію або явище, наприклад: *1,8 мільйона цифрових уроків створили вчителі в Україні* (13.02.2025); *В Instagram в акаунтах з дітьми з'явилися нові захисні опції* (25.07.2025); *Незвичайні смаки втамують спрагу в літню спеку* (06.07.2025); *Основи нацспротиву можуть замінити базову військову підготовку студентів* (10.07.2025); *Усі учасники НМТ 2025 отримали результати тесту* (24.07.2025); *ІІІ вперше здобув «золото» на математичній олімпіаді* (22.07.2025). Наведені приклади – це двоскладні повні речення. У досліджуваному матеріалі серед однокомпонентних заголовків лише два приклади неповних двоскладних речень з пропущеним присудком: *Дискусія на фестивалі «Вчителі майбутнього 2025»* (21.07.2025); *Найприємніша вчительська домашка на літо* (04.07.2025).

Однокомпонентними є заголовки еквіваленти односкладних речень: *Вчимося керувати емоціями разом із героями мультика «Думками навиворіт 2»* (01.03.2025) – односкладне означено-особове речення; *Українських школярів навчатимуть енергоефективності з 4 до ІІ класу* (25.07.2025) – односкладне неозначено-особове речення.

Складні речення у ролі однокомпонентного заголовка у онлайн-виданні «Освіторія Медіа» нечастотні, у досліджуваному нами матеріалі таких лише чотири: *7 міфів про вчителя та як їх руйнують молоді*

педагоги (26.02.2025); Чому діти так часто демонструють агресію і чи в усьому винна війна? (27.02.2025); Як говорити з дітьми про інвалідність і чого точно не варто казати? (10.02.2025) – складносурядні; Як вчителю помітити тривогу в учня і куди направити по допомогу, якщо поруч немає шкільного психолога (21.07.2025) – складнопідрядне.

У мові сучасної української преси виявляють тенденцію до частотного вживання заголовків у вигляді номінативного речення – особа, поняття освіти, захід, назва свята тощо, а другим компонентом розкрито сутність події, явища, думки. Спостерігаємо це і у заголовках «Освіторія Медіа», наприклад: **Банк фраз: готові формулювання для сильного мотиваційного листа (03.07.2025); Всесвітній день книги: 5 стратегій читання, що працюють (05.03.2025); Вчительська відпустка: ідеї для відпочинку і маленьких щоденних приємностей (05.07.2025); Жінки-легенди: 8 українок, що підкорили світ (08.03.2025); Літнє виховання: гуляти, бруднитися та нудитися (20.07.2025); Найкращі методики: що вчителям-предметникам допоможе у 2025 році (08.01.2025); Освітні тренди 2025: як учні навчаються в цифрову епоху (21.07.2025).** Номінативні речення формують першу частину заголовка, яка є «тематичним переліком».

Наявні заголовки, у яких перша частина – це низка номінативних речень. Номінативні речення перераховують ключові теми або явища, які будуть розглянуті в матеріалі. Наприклад: **Viber-воїни, привиди, тривожні контролери: як учителю знайти спільну мову зі складними батьками (01.07.2025)** — створюють яскраву типологію, викликають емоції, готують до теми конфліктів і комунікації; **Астрофото, розбір тестів із сертифікації, курси для військових та розпізнання психології злочинця: освітні можливості тижня (14.02.2025)** — демонструють різноманіття, заохочують до вибору цікавого напрямку; **Матюки та цитати поетів: що пише молодь на протестних плакатах? (24.07.2025)**

— підкреслюють парадоксальність, викликають інтерес до соціального контексту; *Стійкість освітян, академія лідерства для 10-11 класів, BestsellerFest: освітні можливості* (26.07.2025) — створюють перелік актуальних подій, формують у читача очікування корисної інформації.

Поширеним прийомом є використання питальних структур у заголовках для вираження бажання автора довести правдивість чи хибність змісту. Перевагою питальної структури заголовка є те, що вона спонукає читачів висловити свої думки, підозри, оцінити ситуацію. Вони можуть виражати пряме запитання, відповідь на яке міститься в тексті.

Заголовки у вигляді питальних речень мають кілька різновидів: 1) однокомпонентний заголовок як просте питальне речення: *А вас лякає фемінізм?* (07.03.2025); *Як AR Book змінює освіту?* (12.02.2025); 2) однокомпонентний заголовок як складносурядне питальне речення: *Три болючі проблеми освіти на ТОТ у 2025 році та чи існує для них вирішення?* (09.02.2025); *Як говорити з дітьми про інвалідність і чого точно не варто казати?* (10.02.2025); *Чому діти так часто демонструють агресію і чи в усьому винна війна?* (27.02.2025); 3) багатокомпонентний заголовок з питальним реченням у препозиції: *Чи справді ChatGPT робить наш мозок ледачим? Дослідження про вплив ШІ на роботу мозку* (30.06.2025); *Чи стануть державні садочки доступними з 2025 року? Анастасія Коновалова — про новації дошкілля* (13.03.2025); *Чому вчителі потребують найдовшої відпустки? Скільки можна і не можна працювати вчителям* (29.06.2025); *Що приховує новий штучний інтелект DeepSeek з Китаю? Огляд ШІ-експертки* (08.02.2025); 4) багатокомпонентний заголовок з питальним реченням у постпозиції: *Корпоративне навчання від Тренінгового Центру Освіторії. Як воно допомагає школам задавати тренди?* (13.03.2025); *Великі плани для маленьких людей: як поживає дошкілля?* (18.05.2025); *Матюки та цитати поетів: що пише молодь на протестних плакатах?* (24.07.2025); *Мовний омбудсмен: хто наступний?* (23.06.2025); *Нові посади в школі,*

зміни у програмі, оновлені предмети: до чого готуватися вчителям? (11.06.2025); Розлука з татом під час війни: як допомогти дитині? (14.06.2025); Успіх на НМТ 2025: які зміни не можна пропустити? (05.03.2025); Розгорання: як виходити із професійного вигорання? (13.07.2025). У останньому прикладі використано антонімічну пару розгорання – вигорання, що своєю незвичністю додатково привертає увагу читача.

Питальні речення у складі заголовків допомагають розкрити ідейний задум автора, підкреслюють значущість і актуальність проблеми, яку порушує стаття. Питальні конструкції викликають у читача більшу цікавість, вони характеризуються здатністю заголовка чинити психологічний вплив на потенційного читача, рухати його, викликати певні необхідні асоціації та зрештою викликати цікавість і потребу прочитати матеріал.

Особливу виразність створюють заголовки у вигляді безсполучникових складних конструкції, перша частина яких має дієслово у формі наказового способу, тоді як друга слугує для подальшого розгортання висловленого змісту, наприклад: ***Знай** українське: 5 патріотичних мультфільмів до Дня Української Державності* (15.07.025); ***Не вчіть** дітей полювати на динозаврів: 5 умінь, які не потрібні сучасним школярам* (18.07.025).

У заголовку *Рецепти літніх лимонадів від шеф-кухаря: **зробіть** їх разом з дітьми* (07.07.2025) дієслово наказового способу вжито у другій частині, лексема *зробіть* перетворює читача з пасивного спостерігача на активного учасника. У цьому прикладі наказове речення завершує заголовок динамічно, на дії, що контрастує з першою, статичною частиною, і створює баланс. Дієслова наказового способу у заголовках виконують імперативну функцію — спонукають до дії.

Багатокомпонентні заголовки із причинно-умовними відношеннями не лише надають медіа назви емоційного забарвлення, а й акцентують

увагу читача на певних аспектах матеріалу, що розглядається, а також виражають позицію автора щодо описуваного. Наприклад: *Як допомогти дитині, якщо вона боїться сирен: поради психолога* (15.12.2024); *Як вчителю помітити тривогу в учня і куди направити по допомогу, якщо поруч немає шкільного психолога* (21.07.2025); *Як зберегти сім'ю, коли один з вас на війні: огляд нової книги «5 мов любові. Військове видання»* (28.02.2025); *Бачити мозком: як ми сприймаємо світ, коли зникає зір — новий проєкт «Подкаст наосліп»* (25.07.2025).

Інфінітивні конструкції мають низку стилістичних функцій, які широко використовуються в журналістиці, публіцистиці, художній літературі, рекламних текстах та розмовному мовленні. У досліджуваному матеріалі односкладні інфінітивні речення у структурі багатокomпонентного заголовка виконують різні стилістичні функції: *Згадати все на канікулах: 3 способи допомогти дітям не втратити знання* (24.07.2025) — заклик до дії (мотивація), створює динаміку, має характер настанови, мобілізаційного заклику; *Бачити мозком: як ми сприймаємо світ, коли зникає зір — новий проєкт «Подкаст наосліп»* (25.07.2025) — позначення мети або призначення, надає філософського підтексту, глибини, підкреслює цінність і призначення людини.

Нечастотні у досліджуваному матеріалі багатокomпонентні заголовки як еквіваленти безсполучникових речень, у яких компоненти неповні або непоширені, що не створює ефект громіздкості, наприклад: *Ліні Костенко — 95 років: її вустами говорить Україна* (14.03.2025); *Літо з підлітком: шлях до злагоди* (19.07.2025); *Шляхами війни: урок про три роки незламності* (11.02.2025); *Як пережити вступну кампанію: шпаргалка для батьків* (14.06.2025); *Як відучити дітей битися між собою: 4 моделі поведінки* (09.02.2025). Лаконічна та економна структура неповних або непоширених речень, доволі часто односкладних чітко підкреслює виконувані дії та їхні об'єкти.

Спостерігаємо багатокомпонентні заголовки, структуровані здебільшого з двох частин, розмежованих знаком питання. Така композиція заголовка утримує інтерес читача, пробуджує бажання самостійно доповнити пропущені частини вислову, опираючись на контекст, і тим самим заохочує до прочитання матеріалу, наприклад: *Що приховує новий штучний інтелект DeepSeek з Китаю? Огляд ШІ-експертки* (08.02.2025); *Що таке любов? Думки дітей, що зворушують до сліз* (09.02.2025).

Досліджуючи заголовки періодичних видань Вінниччини, І. Завальнюк свідчить, що найвищу активність виявляють заголовки, у яких перший компонент становить синтаксичну структуру номінативного типу – ім'я та прізвище (іноді – ще й посада чи професія) співрозмовника, у якого беруть інтерв'ю, а другий компонент (просте двоскладне речення) окреслює сутність розмови, ідей, думок, пов'язаних із субстантивом [13]. У досліджуваному нами матеріалі наявний лише один такий заголовок: *Іван Малкович: «Лякає не штучний інтелект. А те, що люди можуть не помітити, що книжку написав ШІ»* (12.03.2025).

Онлайн-видання «Освіторія Медіа» послідовно формує інформаційний простір освітньої журналістики в Україні, демонструючи глибоку увагу до різних секторів освіти та ролей її учасників. Заголовки публікацій не лише інформують, а й відображають структурну диференціацію освітньої сфери — від дошкілля до післядипломної освіти, від інклюзивних практик до навчання дорослих. Наприклад: *Великі плани для маленьких людей: як поживає дошкілля?* (18.05.2025); *Вчитимуть планувати велорух: новий університетський курс в Україні* (15.02.2025); *Для вступників до магістратури: деталі ЄВІ від Українського центру оцінювання якості освіти* (14.03.2025); *Оновлення Держстандарту для початкової школи: що зміниться* (14.02.2025); *Цифрова революція в дошкільних та позашкільних закладах: як Sadok осучаснює їх уже*

сьогодні (17.07.2025); *Чи стануть державні садочки доступними з 2025 року? Анастасія Коновалова — про новачі дошкілля* (13.03.2025).

Крім того, заголовки акцентують на стратифікації суб'єктів освіти, висвітлюючи функційні ролі педагогів, управлінців, омбудсменів та інших учасників освітнього процесу, наприклад: *7 міфів про вчителя та як їх руйнують молоді педагоги* (26.02.2025); *Мовний омбудсмен: хто наступний?* (23.06.2025); *Навчання оцінюванню НУШ призупинено: МОН пояснив причину* (17.02.2025); *Хто платить за медогляд освітян: роз'яснення пані освітнього омбудсмена* (13.03.2025); *Цькують не тільки учнів: як учителю захистити себе від мобінгу і булінгу — поради юриста* (02.07.2025). Такий підхід дозволяє читачеві не просто орієнтуватися в новинах, а й осмислювати системні зміни та виклики, що постають перед українською освітою.

Таким чином, заголовки «Освіторії Медіа» — це не просто інформаційні маркери, а інструменти аналітичного осмислення освітнього ландшафту. Вони демонструють багатовимірність сучасної освіти, її динаміку та складну взаємодію між секторами і суб'єктами. Через уважне структурування тем і акцентування на ролях учасників освітнього процесу видання сприяє формуванню критичного мислення, професійної рефлексії та суспільного діалогу.

Відмінною рисою текстів ЗМІ є демократизація, яка призводить до таких процесів, як: сленг або жаргон, нелітературна лексика, okazіоналізми. Поява такої лексики зумовлена значним впливом мовлення на публіцистику; часто вводяться розмовні фрази, сленг, жаргон, щоб бути ближчими до читача, легшими для розуміння та привернення уваги. Тому, щоб пожвавити заголовок, у назві використовують сленг і просторіччя, наприклад: *Найприємніша вчительська домишка на літо* (04.07.2025); *НМТ 2025 у деталях: 10 неочевидних порад двохсотбальників* (26.03.2025); *Мотиваційний лист 2025: 10 секретів, щоб універ обрав саме вас* (04.05.2025).

Числівники в заголовках виконують важливу структурну, семантичну та стилістичну роль, особливо в журналістиці, блогах, медіаосвіті. Їхня наявність робить заголовки чіткішими, привабливішими й легшими для сприйняття. Проаналізуємо роль числівників у досліджуваному матеріалі.

Позначення часу або періоду. Заголовки з числівниками чітко окреслюють хронологію, створюють ефект актуальності і зв'язку із часом, наприклад: *Найкращі методики: що вчителям-предметникам допоможе у 2025 році* (08.01.2025); *Освітні тренди 2025: як учні навчаються в цифрову епоху* (21.07.2025); *Учительський практикум: які методи викладання найефективніші у 2025 році* (16.05.2025); *Чи стануть державні садочки доступними з 2025 року? Анастасія Коновалова — про новачії дошкілля* (13.03.2025). У заголовку *Як випускнику інтернату стати у 25 років керівником барбершопу* (27.07.2025) числівник уточнює контекст, коли саме відбувалася подія, акцентуючи на молодому віці, підкреслює досягнення героя публікації, таким чином надає заголовку мотиваційного й емоційного характеру. Позначення часу й періоду відображають числівники й у таких заголовках: *Стійкість освітян, академія лідерства для 10-11 класів, BestsellerFest: освітні можливості* (26.07.2025); *Українських школярів навчатимуть енергоефективності з 4 до 11 класу* (25.07.2025); *Ліна Костенко незабаром — 95 років: її вустами говорить Україна* (03.02.2025); *Ліні Костенко — 95 років: її вустами говорить Україна* (14.03.2025).

Факти. У заголовках *1,8 мільйона цифрових уроків створили вчителі в Україні* (13.02.2025); *10+ млрд € для відбудови України, освіта серед пріоритетів — Ukraine Recovery Conference 2025* (11.07.2025) числівники виконують фактологічну й інформативну функцію, конкретизують масштаб події, додають авторитетності, створюють ефект значущості. Числівники роблять заголовки науково обґрунтованим, аргументованим, точним, що викликає більше довіри читача.

Підкреслення унікальності, рідкісності. Числівники у заголовках часто створюють ефект новизни або масштабності, викликають емоційну реакцію (здивування, захоплення), наприклад: *Жінки-легенди: 8 українок, що підкорили світ* (08.03.2025); *НМТ 2025 у деталях: 10 неочевидних порад двохсотбальників* (26.03.2025); *Що нам сказав Тарас: 6 послань українцям від Шевченка у часи війни* (08.03.2025); *Мотиваційний лист 2025: 10 секретів, щоб універ обрав саме вас* (04.05.2025); *Нам немає коли заспокоїтись: 12 знакових цитат Ліни Костенко в інтерв'ю Сергію Жадану* (16.07.2025).

Залучення уваги через конкретику. У заголовках публікацій досить часто використовують числівники з метою приваблення читача до прочитання, оскільки числівник зменшує невизначеність, збільшує довіру до змісту матеріалу, орієнтує споживача, на те, скільки конкретно буде пунктів у матеріалі. Наприклад: *7 кроків до найцікавіших онлайн-уроків: покрокова інструкція* (20.06.2025); *7 міфів про вчителя та як їх руйнують молоді педагоги* (26.02.2025); *Чи можлива стабільна освіта в часи потрясінь: 7 уроків Education World Forum* (14.07.2025); *Знай українське: 5 патріотичних мультфільмів до Дня Української Державності* (15.07.2025).

Структурування змісту / підготовка до списку. Числівник у заголовку сигналізує читачу про отримання чіткого й обмеженого переліку, і споживач очікує структуровану й передбачувану інформацію. У заголовках «Освіторія Медіа» числівники сигналізують споживачу, що це добірка / список / рейтинг, наприклад: *Всесвітній день книги: 5 стратегій читання, що працюють* (05.03.2025); *Згадати все на канікулах: 3 способи допомогти дітям не втратити знання* (24.07.2025); *Не вчіть дітей полювати на динозаврів: 5 умінь, які не потрібні сучасним школярам* (18.07.2025); *Перезавантаження на перерві: барабани та ще п'ять вправ* (03.03.2025); *Як відучити дітей битися між собою: 4 моделі поведінки* (09.02.2025).

Позиція числівника на початку заголовка допомагає відразу привернути увагу читача, заохотити його до прочитання матеріалу, наприклад: ***10+ млрд €** для відбудови України, освіта серед пріоритетів — Ukraine Recovery Conference 2025* (11.07.2025); ***7 міфів** про вчителя та як їх руйнують молоді педагоги* (26.02.2025); ***Три** болючі проблеми освіти на TOT у 2025 році та чи існує для них вирішення?* (09.02.2025).

Отже, числівники в заголовках публікацій покращують структуру, орієнтують читача; збільшують привабливість заголовка (особливо в цифровому середовищі); виконують інформативну, естетичну й прагматичну функцію; підвищують шанси, що читач відкриє та дочитає матеріал. Цифри створюють естетику візуального ритму: вони виділяються серед літер, легко помітні при перегляді стрічки чи сайту, працюють як візуальний якір.

2.3. Комплексний аналіз окремих заголовків

Заголовок ***Viber-воїни, привиди, тривожні контролери: як учителю знайти спільну мову зі складними батьками*** (01.07.2025) є яскравим прикладом комплексної заголовкової структури зі змістовним і стилістичним навантаженням. Заголовок багатофункційний: виконує інформативну функцію (повідомляє, про що йдеться: про типи складних батьків і комунікаційні виклики для вчителя); проблемно-акцентувальну функцію (порушується актуальна й делікатна проблема – налагодження взаємодії з батьками, які мають непрості поведінкові моделі; формулювання «як учителю знайти спільну мову...» створює запит на вирішення); емоційну функцію (метафоричні назви батьківських типів «*Viber-воїни*», «*привиди*», «*тривожні контролери*» викликають емоційну реакцію – інтерес, усмішку, навіть упізнавання).

За структурою цей заголовок умовно складений, має дві частини. Перша частина *Viber-воїни, привиди, тривожні контролери* – перелічувальна; яскраві номінації типів батьків, стилізовані під образні метафори, формують ритмічний ряд (через тричленну побудову), що легко сприймається. Друга частина *як учителю знайти спільну мову зі складними батьками* розповідне речення з питальною конструкцією має інструктивно-проблемну інтонацію (підводить до мети публікації – надати рішення).

Метафори *Viber-воїни* (батьки, які надмірно активні в месенджерах, але не конструктивні), *привиди* (ті, хто уникає спілкування, «зникають»), *тривожні контролери* (тривожні батьки, які постійно контролюють учителя й дитину) конденсують складну поведінку у впізнавані образи, є знаряддям критичного, але гумористичного осмислення, спонукають до читання без осуду, через іронічну дистанцію.

Початок медіаназви – авторський неологізм *Viber-воїни* (злиття бренду і соціального типу). У медіаназві відчутний баланс між гумором і серйозною проблематикою; контрастність між образністю (перша частина) і чіткою дидактичною функцією (друга частина). Привертають увагу формулювання *складні батьки* (узагальнення всіх типів, з якими важко налагодити контакт) і *знайти спільну мову* (ключова мета, що має позитивне, конструктивне забарвлення).

Цей заголовок — не просто назва, а запрошення до діалогу, до пошуку рішень, працює ефективно на емоційному, смисловому та професійному рівнях, ілюструє сучасний тренд в освітній журналістиці — подавати складне у легкій, дотепній, але корисній формі.

Заголовок *Астрофото, розбір тестів із сертифікації, курси для військових та розпізнання психології злочинця: освітні можливості тижня* (14.02.2025) — інформативний і складений із кількох шарів, він поєднує наукову, професійну та соціальну тематику в освітньому контексті.

Аналізований заголовок двокомпонентний. Перша частина містить перелік тем, а саме чотири різні напрями, що демонструють широту освітніх можливостей (*Астрофото, розбір тестів із сертифікації, курси для військових та розпізнання психології злочинця*), сформована перерахуванням іменників та іменниково-прийменникових словосполучень, використано градацію, стилістично насичена і привертає увагу різноплановістю. Друга частина об'єднує всі теми в одну рубрику (*освітні можливості тижня*), тобто містить узагальнення, уточнює формат матеріалу (це не випадкові теми, а добірка освітніх можливостей за тиждень).

Визначаємо такі функції заголовка: інформативна (повідомляє про зміст — добірка освітніх подій і курсів); мотиваційна (заохочує до участі в освітніх ініціативах); акцентна (виділяє розмаїття — від астрофотографії до кримінальної психології); анонсувальна (заголовок виконує функцію дайджеста — перелік найцікавіших пропозицій та матеріалів, який має привабити широку аудиторію).

Ключова категорія заголовку «освіта» виражена у словосполученні *освітні можливості тижня. Астрофото* (популяризаторська наука, візуальна грамотність), *розбір тестів із сертифікації* (підтримка педагогів), *курси для військових* (освіта в умовах війни, реінтеграція), *психологія злочинця* (психологічна компетентність для освітян або правоохоронців) семантично різнорідні, але об'єднані загальною ознакою навчання й розвитку. Відсутність у медіаназві дієслів створює ефект інформаційної насиченості, «пакету новин».

Заголовок є функційно навантаженим, має дайджестову структуру, орієнтований на різноманітну читацьку аудиторію (освітняни, військові, науковці, психологи). Такий заголовок є типовим для медіаосвітнього тижневика й відображає тренд на тематичну різноплановість і стислий формат у журналістиці. Цей заголовок працює як міні-карта освітнього ландшафту тижня — різноманітний, динамічний і корисний.

Заголовок *Бачити мозком: як ми сприймаємо світ, коли зникає зір* — *новий проєкт “Подкаст наосліп”* (25.07.2025) — приклад метафоричного й водночас інформативного підходу до презентації освітнього проєкту.

Інформативна функція заголовку виражена в тому, що він сповіщає про новий освітньо-науковий медіапроєкт — «Подкаст наосліп», тематика якого стосується сприйняття світу без зору. Перша частина *Бачити мозком* викликає емоційно-пізнавальний інтерес, використано парадоксальне словосполучення, що активує уяву та стимулює до читання. Крім інформативної, заголовок виконує такі функції: емоційну (викликає цікавість і співпереживання — тема втрати зору глибоко людська), мотиваційну (заохочує до прочитання — обіцяє унікальний досвід і нові знання), акцентувальну (виділяє ключову ідею — мозок як центр сприйняття, навіть без зору).

Заголовок багатокomпонентний, умовно складається із трьох частин. Перша частина — метафорична фраза *Бачити мозком* коротка, ефектна, стилістично виразна метафора, яка виконує функцію заголовкового «гачка». Другий блок *як ми сприймаємо світ, коли зникає зір* — складнопідрядне речення, яке розкриває смисл метафори, формулюючи науково-психологічну проблему. Тут наявна питальна інтонація (риторична), що працює як засіб зацікавлення. Довідкова частина після тире *новий проєкт “Подкаст наосліп”* слугує для ідентифікації формату матеріалу (що саме за жанр і хто автор).

Семантичним ядром заголовку є лексеми *зір, мозок, сприйняття, світ, подкаст*, це ключові концепти, пов’язані з нейропсихологією, сенсорикою, освітою й медіа. Стисла метафора *бачити мозком* на позначення нейросенсорної компенсації втрати зору викликає у читача когнітивну зацікавленість. Складнопідрядне речення *як ми сприймаємо світ, коли зникає зір* розгортає тему в соціально-науковому напрямку (люди з інвалідністю, фізіологія, пізнання). Словосполучення *новий*

проект маркує актуальність і новизну, звертає увагу на медіаформат (подкаст як сучасний спосіб комунікації).

Заголовок демонструє високий рівень стилістичної майстерності, він влучний і глибокий семантично, багатокomпонентний за структурою, виконує одночасно кілька функцій (інформує, інтригує, пояснює та рекламує). Медіааназва балансує між науково-популярним змістом і зрозумілістю для широкої аудиторії, вона відразу привертає увагу, викликає емоції та формує очікування змістовного контенту. Цей заголовок — не просто анонс, а запрошення до переосмислення способів сприйняття світу.

Заголовок ***Вся правда про Масницю в Україні: булінг нежонатих, вареники та колодки на ногу*** (27.02.2025) є яскравим прикладом поєднання етнографічної глибини, провокаційної стилістики та освітньої мети. Медіааназва зараз-таки привертає увагу, викликає емоції та стимулює зацікавленість до українських традицій.

Аналізований заголовок виконує такі функції: інформативну (повідомляє про традиції святкування Масниці в Україні, зокрема про маловідомі або малозрозумілі аспекти свята); провокаційну (фраза *вся правда* і словосполучення *булінг нежонатих* створюють ефект викриття або сенсаційності, що заохочує читача дізнатися більше); культурно-освітню (заголовок натякає, що в матеріалі є не лише розважальний, а й пояснювальний, етнографічний чи критичний компонент); мотиваційну / емоційну (апелює до гумору, ностальгії та культурної ідентичності, спонукає прочитати матеріал, щоб дізнатися «всю правду»).

Аналізований заголовок двокомпонентний. Основна частина *Вся правда про Масницю в Україні* анонсує тему (свята + контекст країни), стилістично виглядає як обіцянка викриття, правди, розвінчання міфів. У другій частині використано перелік елементів *булінг нежонатих, вареники та колодки на ногу* — це три яскраві образи, що демонструють незвичні й маловідомі аспекти свята, поєднує традиційні елементи

(вареники) з контroversійними чи маловідомими (*булінг нежонатих, колодки на ногу*).

Семантичне ядро медіаназви лексеми *масниця, правда, вареники, нежонаті, колодки* об'єднані довкола культурної традиції, соціальних ролей та їжі як символу. Семантична провокація *булінг нежонатих* подає давній звичай у сучасному соціальному дискурсі (через поняття *булінг*). *Колодки на ногу* — символ жіночого жарту / покарання — етнографічний факт, що інтригує. *Вареники* — традиційна їжа як частина ритуалу → семантична стабільність. Гіпербола *вся правда* створює враження повноти та глибини. Поєднання сучасного терміна *булінг* із фольклорним сюжетом створює контраст між серйозним і жартівливим. Перелік через коми ритмізує заголовок, привертає увагу через зміну тематики в межах одного поняття.

Заголовок ефектний, збалансований між гумором і глибшим культурним шаром, виклика інтерес і спонукає до переосмислення традицій через сучасну призму. Цей заголовок не просто інформаційний, а культурно-провідницький, він відкриває двері до переосмислення українських традицій, їхнього гумору, глибини й актуальності.

Заголовок ***Іван Малкович: «Лякає не штучний інтелект. А те, що люди можуть не помітити, що книжку написав ШІ»*** (12.03.2025) — приклад глибокого культурного занепокоєння, сформульованого через авторитетну думку. Він поєднує особисту цитату, провокацію та актуальну тему, що викликає суспільний резонанс.

Окрім основної інформативної функції (називає героя матеріалу — Івана Малковича, цитує його думку, окреслює тему — вплив штучного інтелекту на літературу), ця медіаназва виконує ще низку інших функцій, а саме: проблемно-акцентувальну (порушує важливу проблему сучасності — сприйняття ШІ у сфері культури); мотиваційну / емоційну (спонукає прочитати інтерв'ю або матеріал, щоб дізнатися більше про позицію Малковича, передає тривогу, що може бути близькою багатьом митцям і

читачам); провокаційну (створює напруження між двома позиціями — «не лякає сам ШІ» і «лякає реакція суспільства» викликає дискусію про межу між людською творчістю та алгоритмічним письмом).

За структурою аналізований заголовок являє собою цитатну модель (ім'я автора + пряма мова). Перша частина *Іван Малкович* – експліцитне позначення джерела цитати (відомий поет, видавець, публічна особа), що додає ваги висловлюванню. Друга частина (цитата) – емоційне, двокомпонентне формулювання, яке створює напругу. *Лякає не штучний інтелект* – еліптичне, коротке, емоційне речення; *А те, що люди можуть не помітити, що книжку написав ШІ* – складнопідрядне речення з відтінком тривоги й застереження.

За семантикою у заголовку виділяємо кілька ключових смислів: 1) *штучний інтелект* — символ технологічного поступу, нейтральний за контекстом, але з потенційною небезпекою; 2) *лякає не штучний інтелект* — акцент не на технології, а на людській реакції на неї; 3) *люди можуть не помітити* — натяк на втрату чутливості, естетичного чуття, критичного мислення, на масове споживання контенту без осмислення; 4) *книжку написав ШІ* — піднімає питання автентичності, авторства, етики в літературі. У заголовку використано принцип семантичної опозиції, протиставлення очікуваного (ШІ — небезпека) й реального (людська байдужість — загроза).

Серед стилістичних особливостей спостерігаємо такі: цитата надає заголовку суб'єктивності, особистої думки, залучає читача емоційно; контраст (не... а...) створює напругу, зосереджує увагу на несподіваному повороті думки; терміни ШІ актуалізують сучасну дискусію — етика, авторство, креативність; стилістична динаміка створена поєднанням короткого речення і розгорнутого пояснення.

Заголовок *Іван Малкович: «Лякає не штучний інтелект. А те, що люди можуть не помітити, що книжку написав ШІ»* (12.03.2025) — не просто думка, а культурний сигнал. Він ставить під сумнів здатність

суспільства розрізняти справжнє мистецтво від імітації, передає страх не перед технологіями, а перед людською байдужістю до культурної автентичності.

Отже, заголовки освітнього медіа «Освіторія Медіа» демонструють високий рівень стилістичної майстерності, багатофункційність і жанрову різноманітність. Вони поєднують інформативність із емоційністю, метафоричністю та проблемно-акцентувальним навантаженням. Усі приклади комплексного аналізу заголовків свідчать про сучасний тренд в освітній журналістиці — подавати складне у доступній, дотепній, але змістовній формі, що сприяє залученню, розумінню та переосмисленню освітніх процесів.

ВИСНОВКИ

Структурно-семантичний і функційний аналіз заголовків «Освіторія Медіа» дозволив зробити узагальнений висновок щодо характерних рис, стилістичних прийомів та комунікативної стратегії заголовків цього видання.

Заголовки — це перша точка контакту між читачем і текстом. Вони визначають, чи буде публікація прочитана, яке враження вона справить ще до ознайомлення з основним змістом. Тому стратегічне використання заголовків сприяє розвитку якісного, релевантного, орієнтованого на аудиторію контенту в освітньому медіапросторі.

Контент «Освіторія Медіа» поєднує оперативні новини, наукові дослідження, практичні поради для вчителів і батьків, а також аналіз освітніх тенденцій. Видання має значний вплив на українську освітню спільноту, сприяючи покращенню якості навчання та виховання дітей.

Тематика публікації «Освіторія Медіа» охоплює ключові події та дослідження в українській освіті, зокрема нагороду Освіторія.Медіа award, освітні тренди та ініціативи, що підтримують розвиток освіти під час війни, теми психології, EdTech, альтернативної освіти, літнього дозвілля, патріотичного виховання та освітніх трендів.

Більшість заголовків «Освіторія Медіа» багатофункційні, окрім головної інформативної функції (передають суть публікації стисло й точно), вони виконують й інші важливі функції: проблемно-акцентувальну (порушують актуальні освітні проблеми); мотиваційно-емоційну (закликають до дії, практичності, апелюють до почуттів, викликають зацікавленість). Заголовки водночас інформують, емоційно залучають, структурують матеріал, ідентифікують жанр та мотивують до читання.

Заголовки видання "Освіторія.Медіа" — це функційно багатошарові, стилістично гнучкі й комунікативно ефективні конструкції, які не просто

повідомляють факт, а створюють емоційний контакт, задають тон публікації, привертають увагу до суспільно значущих тем в освіті та культурі. Вони поєднують інформування, проблематизацію, мотивацію до дії, а також формують образ сучасного вчителя, активного читача та відповідального громадянина.

У заголовках видання часто використовуються метафори, образні вирази, несподівані сполучення (напр. *«бачити мозком»*, *«Viber-воїни»*, *«булінг нежонатих»*), що створюють яскраву семантичну картину та викликають інтелектуальну й емоційну реакцію.

Теми заголовків охоплюють сучасні виклики — ІІІ, інклюзію, освіту в умовах війни, цифровізацію, культурну пам'ять — і подаються крізь призму особистісного чи соціального досвіду. Заголовки звернені до різних аудиторій, вони апелюють до педагогів, батьків, військових, митців, дослідників, залучаючи кожную групу через зрозумілі меседжі.

Поєднання переліку, цитати, дати, пояснення — типова структура сучасного заголовка, що надає йому глибини та різноплановості, створює структурну динаміку. Структурно заголовки відзначаються композиційною багатоскладністю, оскільки часто поєднується кілька тем через двокрапку, тире, дужки; синтаксичною варіативністю, наявні прості речення (інформативні), складнопідрядні (аналітичні), інфінітивні (мотиваційні).

У структурі заголовків спостережено активне використання двоблокових схем (теза + уточнення, назва явища + практичне застосування, емоційна реакція + аналітика).

Цифрові конструкції (числівники) у структурі заголовку часто вживаються для конкретизації масштабу або створення ефекту фактологічності.

Із семантичного погляду виявлені такі ознаки заголовків «Освіторія Медіа»: актуальність тем (ІІІ, війна, дистанційне навчання, виклики на ТОТ); освітня специфіка (покликання на навчальні ресурси, педагогічні

методики, шкільні події); психологічний підтекст (акцентування на труднощах, переживаннях – страх, тривога, стрес батьків або вчителів); культурна прив’язаність (уживання національного контексту).

За стилістикою і тональністю заголовки вирізняються живою, розмовною мовою (поширене використання інфінітивів, метафор, фразеологізмів); поєднанням емоційності та фактології, особливо у заголовках, що містять цитати або статистику; високою залученістю до соціальних процесів — через контекст війни, реформи, викликів освіти.

Розглянуті заголовки демонструють багатство мовних засобів, стилістичних прийомів та комунікативних стратегій, які використовуються в сучасних освітніх, культурних і публіцистичних текстах. Заголовки «Освіторія Медіа» — не просто назви, а засоби впливу, що формують очікування, емоції та інтерес до змісту. Заголовок у сучасному медіапросторі став інтелектуальною приманкою: він не лише початок тексту, а й інструмент цілеспрямованого впливу.

Аналіз структури, функцій та семантики заголовків дає змогу виявити ефективні стилістичні й композиційні моделі. Це дозволить у подальшому розробити практичні рекомендації щодо створення заголовків, які привертають увагу, відображають зміст публікації, відповідають жанровим і цільовим очікуванням аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баган М. Заперечення у заголовках сучасних ЗМІ. *Культура слова*. 2012. № 77. С. 153 – 157.
2. Бойчук М.В., Бойчук В.М. Семантичні інноваційні одиниці в заголовках періодичних українськомовних інтернет-видань. *Philological sciences, intercultural communication and translation studies: an experiences and challenges : conference proceedings*, April 23-24, 2021. Vol.2. Czestochowa : «Baltija Publishing», 2021. S.151–155. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-073-5-2-39>.
3. Вакуленко Г. М. Еліптичні речення в ролі заголовків газетних статей. *Література та культура Полісся. Сер. Філологічні науки*. 2020. № 98. С. 249 – 256.
4. Голякова Н. Лексичні характеристики текстів газетних заголовків. *Наука онлайн: Міжнародний електронний науковий журнал*. 2018. №11. URL: <https://nauka-online.com/ua/publications/filologiya/2018/11/>
5. Городецька І. В. Рекламний заголовок та стилістичні засоби в ньому. *Нова філологія*. 2014. № 62. С. 144-148. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Novfil_2014_62_34.
6. Грицюк Л. Ф. До питання про лінгвістичний статус заголовка (на матеріалі англomовної поезії). *Мовознавство*. 1989. № 5. С. 55-58.
7. Дацишин Х. Сучасний заголовок новин в українських Інтернет-ЗМІ: між клікбейтом та інформативністю. *Вісник НУЛП*. 2021. Т. 1. № 2. С. 95–101. URL: <https://doi.org/10.23939/sjs2021.02.076>.
8. Дєдушкіна А. До проблеми ефективності заголовків новин в інтернет-ЗМІ. *Обрії друкарства*. 2014. № 1(3). С. 234–242.
9. Євграфова А. О. Заголовок як явище інтертекстуальності в журналістському контексті. *Ученые записки Таврического нац. ун-*

- та им. В. И. Вернадского. Филология. 2006. Том 19 (58). №5. С. 126–131.
10. Євтушина Т. О., Безенко А. О. Питальні речення як експресивний засіб актуалізації уваги в заголовках газети «Чорноморські новини». *Українська словесність у полікультурно-освітньому просторі сьогодення: збірник тез доповідей Міжнародної наукової конференції*. Одеса : ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», 2021. С. 60-63.
 11. Євтушина Т. О., Прокопенко Л. І. Інтоновані синтаксичні одиниці в заголовках газети «Чорноморські новини». *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Сер. Філологічні науки*. Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2020. Вип. 51. С. 46 – 49.
 12. Завальнюк І. Безсполучникові складні речення у ролі заголовків газетних публікацій: нові риси й тенденції. *Лінгвістичне портретування сучасного соціуму: матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції*. Вінниця, 26-27 листопада 2015 року. С.191-196. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/16303/Zaval'nyuk.pdf?sequence=1>
 13. Завальнюк І. Я. Нові структурно-семантичні й стилістичні вияви синтаксичних одиниць у ролі заголовків сучасних українських газетних текстів (на матеріалі періодичних видань Вінниччини). *Граматичний простір сучасної лінгвоукраїністики. Катерині Григорівні Городенській*. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2019. С. 383-394. URL: <https://library.vspu.net/jspui/handle/123456789/5233>
 14. Завальнюк І. Я. Синтаксичні одиниці в мові української преси початку XXI ст.: функціональний і прагмалінгвістичний аспекти: монографія. Вінниця: Нова Книга, 2009. 400 с.

- 15.Зайцева С. Функції заголовків у новинній інтернет-журналістиці як засіб інформування про наукові досягнення. Innovative pathway for the development of modern philological sciences in Ukraine and EU countries : Collective monograph. Vol. 1. Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2021. С. 173-188. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83351>.
- 16.Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.
- 17.Іванов В. Ф. Техніка оформлення газети: [курс лекцій]. К. : Т-во “Знання”, КОО, 2000. 222 с.
- 18.Іванов В., Мелещенко О., Різун В. Основи комп’ютерної журналістики. Київ : ВІПОЛ, 1995. 242 с.
- 19.Льченко В. І. «Актуалізатори» в газетному заголовку. *Наукові записки*. Київ : Інститут журналістики, 2002. Т. 8. С. 172 –175.
- 20.Льченко О., Бондар Д. Маніпулятивні заголовки в сучасному медіапросторі (на матеріалі україномовних інтернет-видань). *Південний архів: Філологічні науки*. 2020. № 84. С.146-150. URL: <https://pa.journal.kspu.edu/index.php/pa/article/view/717>.
- 21.Калиниченко А. Заголовок як важливий інструмент привернення уваги до новини в онлайн-ЗМІ. *Science Online: International Electronic Scientific Journal*. 2018. № 12. URL: <https://nauka-online.com/ua/publications/sotsialnye-kommunikatsii/2018/12/zagolovok-kak-vazhnyj-instrument-privlecheniya-vnimaniya-knovosti-v-onlajn-smi/>.
- 22.Катеринич П. Освітня журналістика в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку. *Синопсис: текст, контекст, медіа*. 2020. Вип. 26(4). С.151–158. URL: <https://synopsis.kubg.edu.ua/index.php/synopsis/article/view/409>

23. Крейг Р. Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / пер. з англ. А. Іщенка. Київ : Києво-Могилянська академія, 2007. 324 с.
24. Лебедь І., Білограць Х. Заголовки публікацій у ЗМІ на прикладі газети «День» і журналу «Країна». *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Журналістські науки»*. Львів, 2020. Вип. 4. С. 63–67. URL: https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2020/may/21684/11_0.pdf.
25. Лівіцька О. Специфіка функціонування заголовків у регіональних ЗМІ (на прикладі газети «Подільнин»). *Образ*. 2021. Вип. 3 (37). С. 52–58. URL: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2021.3\(37\)-52-58](https://doi.org/10.21272/Obraz.2021.3(37)-52-58).
26. Майборода Л. І. До проблеми способів та засобів увиразнення газетного заголовка. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1410>.
27. Мацько Л. І. та ін. Стилїстика української мови: Підручник / Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко, О. М. Мацько; за ред. Л. І. Мацько. К. : Вища школа, 2003. 462 с.
28. Микитів Г. В., Попруга Т. В. Інтерпретація газетних заголовків у сучасному інформаційному просторі. *Вісник Запорізького національного університету*. 2010. № 1. С. 233–235. URL: http://web.znu.edu.ua/herald/issues/2010/fil_2010_1/233-237.pdf.
29. Михайленко В. Заголовковий комплекс як базовий елемент журналістського тексту. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 50. Січень–березень. С. 239–244.
30. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручн. 3-тє вид., доп. і поліпш. Київ : ЦУЛ, 2002. 284.
31. Павлюк Л. Заголовок у дискурсі мас-медіа: семантико-змістові риси і функціонально-структурні типи. *Теле- та радіожурналістика*. 2010. Вип. 9. С. 285–293.

- 32.Петрук А., Січкарь С. Заголовки публікацій у ЗМІ (на прикладі інтернет-видання «Українська правда»). *Актуальні проблеми лінгвістики і лінгводидактики* : зб. наук. праць. 2022. Вип. 2 (21). С.87-95.
- 33.Репій М. Виразність газетного заголовка. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2019. Вип. 46. С. 348 – 354.
- 34.Римар Н.Ю., Шутьська Н.М., Зінчук Р.С. Способи зацікавлення журналістськими заголовками в інтернет-комунікації: практичні поради. *Modern problems in science: proceedings of the XIX International Scientific and Practical Conference* (Conference Proceedings, 17-20th May, 2022). Vancouver, Canada, 2022. P. 221–225. URL: <http://rep.btsau.edu.ua/handle/BNAU/7550>.
- 35.Савчук Р. Лінгвістичні засоби експлікації прагматичного значення у заголовках сучасних ЗМІ (за матеріалами регіональних Інтернет-видань). *Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика»*. 2018. Вип. 43. С. 252–261. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/8357>.
- 36.Сибіренко-Ставроянні Є. В. Заголовок у київських газетах у другій половині XIX – поч. XX ст. : розширений реферат кандидатської дисертації : спец. 10.01.10 «Журналістика». Київ : Київ. ун-т, 1991. 18 с.
- 37.Солодка Л. І. Лексико-семантичні особливості газетних заголовків : автореф. дис. ... канд. наук із соціальних комунікацій. Київ, 2008. 14 с.
- 38.Шевченко В. Е. Заголовки як спосіб впливу на суспільну свідомість. *Наук. записки Луган. нац. пед. ун-ту* : [зб. наук. праць]. Серія «Філологічні науки» : у 3-х т. Луганськ : Альма-матер, 2004. Вип. 5. Т. 1. С. 388–397.
- 39.Шутьська Н., Зінчук Р. Комунікативно-функційний потенціал

- заголовків у мові сучасних медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Том 32(71). №5. Ч.2. С. 220-225. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/5_2021/part_2/37.pdf.
40. Юлдашева Л. Заголовки творів сучасної української літератури: мотиваційний аспект. *Філологічні науки*. 2016. Вип. 22. С. 115-121. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fil_Nauk_2016_22_16.
41. Kuiken J., Schuth A., Spitters M. & Marx M. Effective headlines of newspaper articles in a digital environment. *Digital Journalism*. 2017. № 5 (10). P. 1300–1314.
42. Schröder T. Rhetorisch-stilistische Eigenschaften der Sprache des Journalismus in den Printmedien. In: Ulla Fix/Andreas Gardt/Joachim Knappe (Hrg.): *Rhetorik und Stilistik. Ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung*. Bd. 2. Berlin/New York: de Gruyter, 2009. S. 2182–2197. URL: <https://www.uni-kassel.de/fb02/index.php?eID=dumpFile&t=f&f=1661&token=5778d8fbbc0dce54acc45aaa1f087b4562da2c92>.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Перелік заголовків «Освіторія Медіа»

1. А вас лякає фемінізм? (07.03.2025)
2. Астрофото, розбір тестів із сертифікації, курси для військових та розпізнання психології злочинця: освітні можливості тижня (14.02.2025)
3. Бабуся на годину: у Японії набуває популярності новий сервіс (22.07.2025)
4. Банк фраз: готові формулювання для сильного мотиваційного листа (03.07.2025)
5. Бачити мозком: як ми сприймаємо світ, коли зникає зір — новий проєкт «Подкаст наосліп» (25.07.2025)
6. Більше, ніж людських навичок: яким буде навчання у 2025 році (08.01.2025)
7. В Instagram в акаунтах з дітьми з'явилися нові захисні опції (25.07.2025)
8. Великі плани для маленьких людей: як поживає дошкілля? (18.05.2025)
9. Виховувати не для виїзду, а для змін: як мотивувати підлітків будувати майбутнє в Україні (22.07.2025)
10. Відкрита дискусія із заступницею міністра освіти з дошкілля: цікавих запрошують на вебінар (13.03.2025)
11. Всесвітній день книги: 5 стратегій читання, що працюють (05.03.2025)
12. Вся правда про Масницю в Україні: булінг нежонатих, вареники та колодки на ногу (27.02.2025)
13. Вчимося керувати емоціями разом із героями мультика «Думками навиворіт 2» (01.03.2025)

- 14.Вчительська відпустка: ідеї для відпочинку і маленьких щоденних приємностей (05.07.2025)
- 15.Вчитимуть планувати велорух: новий університетський курс в Україні (15.02.2025)
- 16.Гайд для вчителів: як модерувати Zoom-уроки без стресу (01.07.2025)
- 17.Герої Небесної Сотні: як провести урок-дослідження (10.02.2025)
- 18.Головна опора майбутнього України — це її люди: дослідження CSIS (10.03.2025)
- 19.Дискусія на фестивалі «Вчителі майбутнього 2025» (21.07.2025)
- 20.Для вступників до магістратури: деталі ЄВІ від Українського центру оцінювання якості освіти (14.03.2025)
- 21.Доступ до української освіти на ТОТ: типова освітня програма (22.07.2025)
- 22.ДПА повертається: коли і в які класи — розповіла Тетяна Вакуленко (09.07.2025)
- 23.Жінки-легенди: 8 українок, що підкорили світ (08.03.2025)
- 24.Закриття шкіл в Україні неминуче: пані освітній омбудсмен назвала причини (09.07.2025)
- 25.Згадати все на канікулах: 3 способи допомогти дітям не втратити знання (24.07.2025)
- 26.Знай українське: 5 патріотичних мультфільмів до Дня Української Державності (15.07.2025)
- 27.Іван Малкович: «Лякає не штучний інтелект. А те, що люди можуть не помітити, що книжку написав ІІІ» (12.03.2025)
- 28.Корпоративне навчання від Тренінгового Центру Освіторії. Як воно допомагає школам задавати тренди? (13.03.2025)
- 29.Летить «велике і залізне»: як працювати з емоціями дитини під час війни (08.02.2025)

- 30.Ліна Костенко незабаром — 95 років: її вустами говорить Україна (03.02.2025)
- 31.Ліні Костенко — 95 років: її вустами говорить Україна (14.03.2025)
- 32.Літнє виховання: гуляти, бруднитися та нудитися (20.07.2025)
- 33.Літнє меню: як підтягнути математику й читання, готуючи їжу з дітьми (05.07.2025)
- 34.Літня їжа як спокуса: готуємо за рецептами Шевченка, Франка і Лесі Українки (22.07.2025)
- 35.Літо з підлітком: шлях до злагоди (19.07.2025)
- 36.Матюки та цитати поетів: що пише молодь на протестних плакатах? (24.07.2025)
- 37.Мовний омбудсмен: хто наступний? (23.06.2025)
- 38.Мотиваційний лист 2025: 10 секретів, щоб універ обрав саме вас (04.05.2025)
- 39.Навчання оцінюванню НУШ призупинено: МОН пояснив причину (17.02.2025)
- 40.Найкращі методики: що вчителям-предметникам допоможе у 2025 році (08.01.2025)
- 41.Найприємніша вчительська домашка на літо (04.07.2025)
- 42.Нам немає коли заспокоїтись: 12 знакових цитат Ліни Костенко в інтерв'ю Сергію Жадану (16.07.2025)
- 43.Не вчіть дітей полювати на динозаврів: 5 умінь, які не потрібні сучасним школярам (18.07.2025)
- 44.Незвичайні смаки втамують спрагу в літню спеку (06.07.2025)
- 45.НМТ 2025 у деталях: 10 неочевидних порад двохсотбальників (26.03.2025)
- 46.Нові посади в школі, зміни у програмі, оновлені предмети: до чого готуватися вчителям? (11.06.2025)
- 47.Оновлення Держстандарту для початкової школи: що зміниться (14.02.2025)

48. Освіта vs Алгоритми: хто формує майбутніх громадян? (07.07.2025)
49. Освітні тренди 2025: як учні навчаються в цифрову епоху (21.07.2025)
50. Освіторія. Медіа award 2025: в Україні відзначають найкращі освітні ініціативи (02.04.2025)
51. Освіторія. Медіа відзначає освітні ініціативи 2025 року: як номінувати освітній проєкт і хто може отримати нагороду (14.04.2025)
52. Основи нацспротиву можуть замінити базову військову підготовку студентів (10.07.2025)
53. Перезавантаження на перерві: барабани та ще п'ять вправ (03.03.2025)
54. Про вступ України до ЄС простими словами — стартував онлайн-курс для освітян та старшокласників (10.07.2025)
55. Резиліентність у дітей: як її формувати й чому це важливо (16.07.2025)
56. Рецепти літніх лимонадів від шеф-кухаря: зробіть їх разом з дітьми (07.07.2025)
57. Роботи виходять на сцену: як нові технології змінюють школу (08.07.2025)
58. Розгорання: як виходити із професійного вигорання? (13.07.2025)
59. Розлука з татом під час війни: як допомогти дитині? (14.06.2025)
60. Сила Шевченка: ваш готовий незабутній урок про Кобзаря (06.03.2025)
61. Складний телефонний дзвінок батькам зі школи: інструкція з готовими фразами (11.03.2025)
62. Справжні зміни можливі лише разом: короткий список Освіторія. Медіа award 2025 (20.05.2025)
63. Стартувала підготовка до радіодиктанту Нацєдності — спецпроєкт на «Українському радіо» (24.07.2025)

- 64.Стійкість освітян, академія лідерства для 10-11 класів, BestsellerFest: освітні можливості (26.07.2025)
- 65.Три болючі проблеми освіти на ГОТ у 2025 році та чи існує для них вирішення? (09.02.2025)
- 66.У що погратися з дітьми надворі: зимові веселощі (26.12.2024)
- 67.Українських школярів навчатимуть енергоефективності з 4 до 11 класу (25.07.2025)
- 68.Усі учасники НМТ 2025 отримали результати тесту (24.07.2025)
- 69.Успіх на НМТ 2025: які зміни не можна пропустити? (05.03.2025)
- 70.Учительський практикум: які методи викладання найефективніші у 2025 році (16.05.2025)
- 71.Хто платить за медогляд освітян: роз'яснення пані освітнього омбудсмена 13.03.2025)
- 72.Цифрова революція в дошкільних та позашкільних закладах: як Sadok осучаснює їх уже сьогодні (17.07.2025)
- 73.Цифрові інструменти для роботи без інтернету: добірка лайфхаків (15.07.2025)
- 74.Цькують не тільки учнів: як учителю захистити себе від мобінгу і булінгу — поради юриста (02.07.2025)
- 75.Чи можлива стабільна освіта в часи потрясінь: 7 уроків Education World Forum (14.07.2025)
- 76.Чи справді ChatGPT робить наш мозок ледачим? Дослідження про вплив ШІ на роботу мозку (30.06.2025)
- 77.Чи стануть державні садочки доступними з 2025 року? Анастасія Коновалова — про новації дошкілля (13.03.2025)
- 78.Чілдрен Кінофест 2025: фільми, які можна подивитися разом з дітьми (07.06.2025)
- 79.Чому вчителі потребують найдовшої відпустки? Скільки можна і не можна працювати вчителям (29.06.2025)

80. Чому діти так часто демонструють агресію і чи в усьому винна війна? (27.02.2025)
81. Швидка підготовка до уроку: цифрові лайфхаки (12.06.2025)
82. ШІ без списування та плагіату: як організувати співпрацю учнів і штучного інтелекту (04.03.2025)
83. ШІ вперше здобув «золото» на математичній олімпіаді (22.07.2025)
84. Шляхами війни: урок про три роки незламності (11.02.2025)
85. Що нам сказав Тарас: 6 послань українцям від Шевченка у часи війни (08.03.2025)
86. Що приховує новий штучний інтелект DeepSeek з Китаю? Огляд ШІ-експертки (08.02.2025)
87. Що таке любов? Думки дітей, що зворушують до сліз (09.02.2025)
88. Як AR Book змінює освіту? (12.02.2025)
89. Як випускнику інтернату стати у 25 років керівником барбершопу (27.07.2025)
90. Як відучити дітей битися між собою: 4 моделі поведінки (09.02.2025)
91. Як вчителю помітити тривогу в учня і куди направити по допомогу, якщо поруч немає шкільного психолога (21.07.2025)
92. Як говорити з дітьми про інвалідність і чого точно не варто казати? (10.02.2025)
93. Як допомогти дитині, якщо вона боїться сирен: поради психолога (15.12.2024)
94. Як заявити про себе та змінити світ: антиурок про права підлітків (02.03.2025)
95. Як зберегти сім'ю, коли один з вас на війні: огляд нової книги «5 мов любові. Військове видання» (28.02.2025)
96. Як Мрія змінює робочий день учителя: висновки тестування застосунку (08.02.2025)

97. Як навчити дитину розуміти свої емоції: поради психолога (10.12.2024)
98. Як організувати дистанційне навчання учнів — покрокова інструкція (04.06.2025)
99. Як пережити вступну кампанію: шпаргалка для батьків (14.06.2025)
100. 1,8 мільйона цифрових уроків створили вчителі в Україні (13.02.2025)
101. 10+ млрд € для відбудови України, освіта серед пріоритетів — Ukraine Recovery Conference 2025 (11.07.2025)
102. 7 кроків до найцікавіших онлайн-уроків: покрокова інструкція (20.06.2025)
103. 7 міфів про вчителя та як їх руйнують молоді педагоги (26.02.2025)
104. Viber-воїни, привиди, тривожні контролери: як учителю знайти спільну мову зі складними батьками (01.07.2025)

ДОДАТОК Б

Скріншоти онлайн-видання «Освіторія Медіа»



НОВИНИ

ВЧИТЕЛЯМ

БАТЬКАМ

AWARD

СПІВПРАЦЯ

osvitoria.org







4.08 Українську офіційно можна викладати у школах Польщі як другу іноземну мову



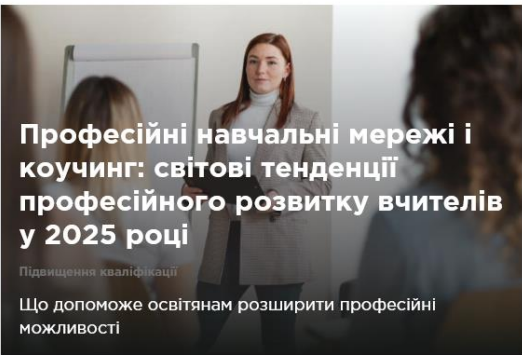
4.08 Київ і ще три регіони — лідери з порушень мовного законодавства



2.08 Історія через книги, патріотичні ігри «Псевдо» й «Кривка» та воркшоп про український код: освітні можливості



2.08 Global Teacher Prize Ukraine 2025: оголошуємо ТОП 50 найкращих учителів країни



Професійні навчальні мережі і коучинг: світові тенденції професійного розвитку вчителів у 2025 році

Підвищення кваліфікації

Що допоможе освітянам розширити професійні можливості



Вступає «не туди»: як батькам реагувати на професійний вибір дитини

Вступна кампанія

8 запитань і відповідей сімейного психолога

03.08.2025



Як організувати літній інклюзивний табір: покрокова інструкція

Альтернативна освіта

Досвід ГО «Бачити серцем»

02.08.2025



«Чому я проти «дитиноцентризму»: Катерина Гольцберг про хибність підходу «дитина в центрі всесвіту»

Психологія

Як хибне розуміння дитиноцентризму заважає батькам, вчителям і дітям



Малювання — нова грамотність: чому Україні варто поставити олівець поруч із математикою

Альтернативна освіта

Образне мислення потрібне дітям не менше за логічне

31.07.2025



Світ заповнили тексти, написані ChatGPT. Як змусити ШІ думати нестандартно?

EdTech

Інструкція для освітян-провокаторів, як зламати шаблони ШІ

30.07.2025



НОВИНИ

ВЧИТЕЛЯМ

БАТЬКАМ

AWARD

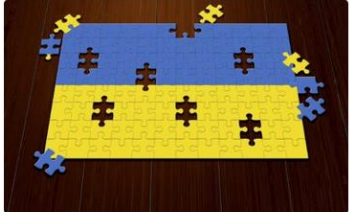
СПІВПРАЦЯ

osvitoria.org





Новини



Українську офіційно можна викладати у школах Польщі як другу іноземну мову



Київ і ще три регіони — лідери з порушень мовного законодавства



ПОПУЛЯРНІ АВТОРИ

Під час вступу 2023 мотиваційний лист знову потрібен. І підготувати...

Ілюстрація Анатолія Базилевича до «Кайдашевої сім'ї» Матюки потрібні в часи війни....

Ліні Василівні Костенко 19 березня виповнилося 95 років. Завдяки їй...

Вже із січня 2025 року українські вчителі отримають додаткові 1300...



Історія через книги, патріотичні ігри «Псевдо» й «Кривка» та воркшоп про український код: освітні можливості



Global Teacher Prize Ukraine 2025: оголошуємо ТОП 50 найкращих учителів країни

Global Teacher Prize

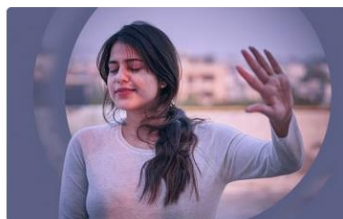
Вчителям



Професійні навчальні мережі і коучинг: світові тенденції професійного розвитку вчителів у 2025 році

Підвищення кваліфікації

Що допоможе освітянам розширити професійні можливості



Вступає «не туди»: як батькам реагувати на професійний вибір дитини

Вступна кампанія

8 запитань і відповідей сімейного психолога



ПОПУЛЯРНІ АВТОРИ



Під час вступу 2023 мотиваційний лист знову потрібен. І підготувати...



Ілюстрація Анатолія Базилевича до «Кайдашевої сім'ї» Матюки потрібні в часи війни....



Ліні Васи́лівні Костенко 19 березня виповнилося 95 років. Завдяки їй...



Вже із січня 2025 року українські вчителі отримають додаткові 1300...



Image from FreepikВчителю зовсім



Як організувати літній інклюзивний табір: покрокова інструкція

Альтернативна освіта



«Чому я проти «дитиноцентризму»: Катерина Гольцберг про хибність підходу «дитина в центрі всесвіту»

Батькам



Безпечне літо для дітей: шпаргалка для збереження здоров'я і життя

Безпека

Як подбати про безпеку дитини влітку?



Як пережити вступну кампанію: шпаргалка для батьків

Психологія

Поради від психологинь проекту «ПОРУЧ»

ПОПУЛЯРНІ



Під час вступу 2023 мотиваційний лист знову потрібен. І підготувати...



Ілюстрація Анатолія Базилевича до «Кайдашевої сім'ї» Матюки потрібні в часи війни....



Ліні Васи́лівні Костенко 19 березня виповнилося 95 років. Завдяки їй...



Вже із січня 2025 року українські вчителі отримають додаткові 1300...



ПОПУЛЯРНІ АВТОРИ



Під час вступу 2023 мотиваційний лист знову потрібен. І підготувати...



Зображення: Crayon by Ivan Haidutski9 листопада відзначаємо День української писемності та...

OSVITORIA MEDIA AWARD 2025

Відзнака за видатний внесок у розвиток та
підтримку освіти під час широкомасштабної війни

📄 ДІЗНАТИСЯ БІЛЬШЕ

МИ — ОСВІТНЄ МЕДІА №1 В УКРАЇНІ

Нас люблять за унікальність контенту та високі стандарти.

[ЗАМОВИТИ СПІВПРАЦЮ](#)