

ПОНЯТТЯ «ЗАГОЛОВОК» ТА ЙОГО ОЗНАКИ

У статті проведено аналіз поняття «заголовок» та його важливих ознак, розглядаються основні функції заголовка, його вплив на сприйняття інформації. Дослідження цього поняття важливе для розуміння механізмів комунікації та ефективної передачі інформації.

Ключові слова: заголовок, структура заголовка, вплив заголовків.

The article analyzes the concept of «headline» and its important features. Also, the article considers the main functions of the title, its influence on the perception of information. The study of this concept is important for understanding the mechanisms of communication and effective transfer of information.

Key words: headline, headline structure, impact of headlines.

Постановка проблеми. Поняття «заголовок» є невід'ємною частиною комунікації і мови, що оточує нас у сучасному інформаційному суспільстві. Від якості та ефективності заголовків залежить здатність інформації досягти своєї цільової аудиторії, сприйматися і зберігатися в її пам'яті.

Заголовок несе на собі важливу наукову та практичну вагу. Вивчення структури та властивостей заголовків може допомогти в розумінні механізмів сприйняття інформації людиною, у психології комунікації та мовознавстві. Вміння створювати ефективні заголовки стає ключовою навичкою для журналістів, маркетологів та інших фахівців, які працюють у сферах, де залежність від уваги аудиторії велика.

Дослідження поняття «заголовок» та його властивостей має важливе значення як для наукового співтовариства, так і для практиків, які прагнуть оптимізувати процес створення заголовків з метою досягнення більшої ефективності комунікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливі аспекти, пов'язані з темою дослідження, висвітлюються багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими, серед яких Н. Ануфрієва [1], Л. Майборода [2], Ю.Кійко [3], D. Dor [4], B. Westley [5] та ін.

Мета статті полягає в розгляді поняття «заголовок» та його основних ознак з точки зору наукових досліджень та практичного застосування.

Виклад основного матеріалу. Заголовок – це один із найважливіших елементів будь-якого тексту, будь то стаття, новина, наукова праця чи звичайний блог. Він виступає своєрідним ключем до змісту, який прихований усередині тексту, і має на меті зацікавити, привернути увагу та передати основну інформацію про матеріал, з яким читач збирається ознайомитися. Правильно підібраний заголовок може стати важливим

чинником успіху статті, залучивши аудиторію та збільшивши її зацікавленість.

Зараз існує багато різних визначень поняття «заголовок». Так, на думку вітчизняної дослідниці Л. Майбороди: «Заголовок – це не просто назва твору або його частини, яка розміщується вгорі тексту. Це перше слово, яке автор статті використовує, щоб звернутися до своїх читачів. Заголовок є постійним і незмінним елементом публікації і є свого роду кодифікатором її змісту, що представляє головну думку автора і тему матеріалу. Заголовок розташовується над текстом і може існувати самостійно як самодостатня мовна одиниця» [2].

Згідно з дослідженням Б. Вестлі «Редагування новин», заголовок виконує важливу функцію індексації новин, щоб зекономити час читача при пошуку інформації, яка зацікавить його. Лише заголовок може донести основну новину читачеві [5, с. 114].

На мою думку, заголовок – це короткий текст, який розміщується на початку статті, документа, веб-сторінки або іншого виду матеріалу, щоб ідентифікувати і описати його зміст.

Як зазначає український дослідник Ю. Кійко, формулювання заголовка визначається його функціями та завданнями, які він повинен виконувати. Серед них дослідник виділяє такі [3]:

1. *Інформування.* Заголовок перш за все повинен передавати основний зміст тексту, як інформаційне ядро. Він має бути коротким і чітким, так щоб читач міг одразу отримати загальне уявлення про те, що він може очікувати від прочитання тексту.

2. *Зацікавлення.* Іноді заголовок може бути використаний для привернення уваги, зокрема, за допомогою загадковості або неординарності. У цьому випадку, читач, побачивши заголовок, може відчувати цікавість і бажання дізнатися більше, навіть якщо тема не зовсім зрозуміла з першого погляду.

3. *Структурування.* Заголовки також використовуються для структурування тексту і полегшення сприйняття інформації. Вони можуть розділяти текст на розділи, підрозділи, теми, або виділяти ключові аспекти, що допомагає читачу легше орієнтуватися і швидше знайти необхідну інформацію. Структуруючи текст за допомогою заголовків, автор спрощує сприйняття та навіть навчання матеріалу.

Н. Ануфрієва має своє бачення основних функцій заголовку. Науковиця виділяє такі функції [1, с. 7]:

– *номінативну (називну).* Заголовок називає тему або основну ідею тексту і допомагає читачу зрозуміти, про що саме буде йти мова в публікації. Вона надає заголовку інформаційну базу;

– *графічно-видільну.* Ця функція включає в себе використання різних графічних елементів (шрифту, розміру, кольору тощо) для привернення уваги читача і візуального виділення заголовка від основного тексту;

– *інформативну*. Заголовок має передавати ключову інформацію про актуальну подію або тему, але без розкриття всіх подробиць, спонукати читача до подальшого читання;

– *спонукальну*. Заголовок може містити слова або вирази, що стимулюють читача винести свою позицію з певної теми або вчинити певні дії після прочитання статті;

– *атрактивну*. Заголовок повинен бути цікавим, інтригуючим та здатним привертати увагу, щоб читач бажав прочитати текст;

– *рекламно-маніпулятивну*. Ця функція включає в себе використання заголовка для привернення уваги і маніпуляції читачем з метою впливу на його сприйняття або позицію.

Вчена зазначає, що ідеальний заголовок повинен мати такі характеристики [1, с. 7]: простота, однозначність, максимальна інформативність, лаконічність, об'єктивне відображення тематичного змісту тексту, самобутність і оригінальність, публіцистична гострота й експресивність, виразність почуттів, думок, структурна завершеність, інтонаційна виразність, актуальність і конкретність, відповідність змісту матеріалу, точність термінів.

Відомий зарубіжний дослідник цього питання Д. Дор у своїй статті «Про газетні заголовки як оптимізатори релевантності» відмічає, що заголовок має відповідати таким вимогам [4, с. 697]:

1. *Бути коротким*. Заголовок має бути стислим, щоб читач міг швидко засвоїти основний зміст.

2. *Ясним, однозначним і легким для розуміння*. Заголовок повинен бути зрозумілим та не залишати простору для різних інтерпретацій.

3. *Бути цікавим*. Він повинен привертати увагу читача та спонукати його читати далі.

4. *Містити нову інформацію*. Заголовок має передавати інформацію, яка ще не була відомою читачеві.

5. *Не припускати інформацію, невідому читачеві*. Заголовок не повинен містити таку інформацію, яка є незрозумілою або невідомою для читача

6. *Містити імена та концепції з високим «прес значенням» для читача*. Він повинен включати імена і поняття, які мають вагому цінність для цільової аудиторії.

7. *Не містити імена й поняття з низьким «прес значенням» для читача*. Заголовок не повинен перенасичувати іменами та поняттями, які не цікавлять або не важливі для аудиторії.

8. *«Підключати» історію з раніше відомими фактами й подіями*. Заголовок може посилається на вже відомі факти або події, щоб підкреслити їхню актуальність.

9. *«Підключати історію», що відповідає очікуванім припущенням*. Він може враховувати очікувані припущення читача, спонукати його до докладнішого вивчення матеріалу.

Висновки. Заголовок є ключовим елементом будь-якого засобу масової інформації, такого як газети, журнали, веб-сайти, а також соціальні медіа. Його важливість полягає в тому, що він є першим, що бачить читач або глядач, і від нього зазвичай залежить рішення про те, чи варто подальше ознайомлення з контентом.

Правильно підібраний заголовок може значно підвищити ефективність комунікації та допомогти інформації досягти своєї цільової аудиторії, що робить його важливим складником сучасного інформаційного суспільства.

Подальші наукові дослідження можуть спрямовуватися на аналіз мовної структури заголовків, оскільки вивчення структури заголовків, включаючи вибір слів, синтаксис, довжину та стилістичні аспекти, може допомогти розуміти, яким чином ці елементи впливають на ефективність заголовків.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Ануфрієва Н.Д. Структурно-семантична специфіка газетних заголовків. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія.* 2019. № 38. Том 3. С. 7-9. URL: http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v38/part_3/4.pdf

2. Майборода Л. І. До проблеми способів та засобів вираження газетного заголовка. *Актуальні питання гуманітарних наук.* 2020. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1410>

3. Кійко Ю .Є. Фрактальне моделювання інваріантно-варіантної структури медіатекстів у німецькій та українській мовах: дис. ... докт. філол. Наук : 10.02.17, 10.02.21. Чернівці, 2017. 433 с.

4. Dor D. On newspaper headlines as relevance optimizers. *Journal of Pragmatics.* № 35. 2003. P. 695–721.

5. Westley B. *News Editing.* USA : Houghton Mifflin Company, 1953. 433 p.
Науковий керівник кандидатка філологічних наук, доцентка Мартос С.А.