

РОЗДІЛ I

Актуальні проблеми соціальних комунікацій

УДК 070.41

О. М. Бикова – асистент кафедри журналістики
Кам'янець-Подільського національного університету
імені Івана Огієнка

Властивості, функції й різновиди заголовків у структурі сучасного пресового репортажу

*Роботу виконано на кафедрі журналістики
Кам'янець-Подільського національного університету
ім. Івана Огієнка*

У статті зроблено спробу дослідити властивості, функції та різновиди заголовків репортажів у сучасних періодичних виданнях, їх функціональне призначення й комунікативно-прагматичний потенціал. Наголошено на тому, що основне завдання заголовка – привертати увагу читачів та в стислій формі подати загальну інформацію про весь матеріал.

Ключові слова: репортаж, заголовок, читач.

Бикова О. Н. Свойства, функции и разновидности заглавий репортажей в структуре современного пресового репортажа. В статье делается попытка исследовать свойства, функции и разновидности заглавий репортажей в современных периодических изданиях, их функциональное назначение и коммуникативно-прагматичный потенциал. Отмечается то, что основное задание заглавия – привлечь внимание читателей и в сжатой форме подать общую информацию обо всем материале.

Ключевые слова: репортаж, заглавие, читатель.

Bukova O. M. Properties, Functions and Varieties of Titles of Reporting in the Structure of the Modern Press Reporting. In the article an author gives it a shot to investigate properties, functions and varieties of titles of reporting in modern magazines, them functional setting and communicative-pragmatic potential. The accent is made on that the main task of headline is to take readers attention and to give concentrated information about the whole publication.

Key words: reporting, headline, reader.

Постановка наукової проблеми, її значення та аналіз останніх досліджень. Заголовок – особливо важлива частина репортажу в друкованих ЗМІ. Важливість заголовка журналістського тексту пов'язана з тим, що ймовірність його прочитання – більше 90 %, оскільки око автоматично помічає на шпальті газети чи журналу всі слова, написані великим жирним шрифтом. Заголовок є початковим імпульсом до сприйняття тексту, оскільки основне його завдання полягає в тому, щоб привернути увагу читачів до матеріалу, зацікавити їх, змусити дочитати репортаж до кінця. І якщо увагу читачів не вдалося привернути за допомогою назви, то, найімовірніше, репортаж не буде прочитаним. Саме тому на вибір заголовка журналісти часто витрачають не менше часу, аніж на написання самого тексту.

Відомий вітчизняний журналістикознавець Ю. Лазебник у праці «Проблеми літературної майстерності у журналістиці» в 60-х рр. ХХ ст. зазначав, що сюжетні прийоми в журналістиці органічно пов'язані з технікою сюжетного заголовка. Адже заголовок є тією частиною твору, яка першою показує читачеві, наскільки він сповнений новизною й чи його автор має свою думку щодо

подій та явищ життя. Отже, науковець вважає, що заголовок – найперше свідчення рівня літературної майстерності журналіста [39, 262–263].

Саме тому заголовок як елемент архітектоники журналістського твору викликає постійне зацікавлення у вітчизняних (В. Різун, В. Іванов, В. Здорова, Т. Кузнєцова, В. Галич, А. Євграфова) і зарубіжних (В. Ворошилов, С. Гуревич, О. Самарцев, М. Кім) учених.

На початку 70-х років ХХ ст. французький структураліст Р. Барт так мотивував потребу вивчення заголовків: «Функція заголовків вивчена до цього часу недостатньо... Все ж відразу можна сказати, що оскільки суспільство повинне через комерційні причини прирівнювати текст до товарного виробу, для всякого тексту виникає потреба в маркуванні. Заголовок повинен маркувати початок тексту, чим подавати текст у вигляді товару» [5, 431].

Оскільки газетний заголовок став предметом аналізу в працях багатьох науковців, то, відповідно, існує чимала кількість визначень цього поняття. Так, В. Іванов зазначає, що «заголовок – це складова частина, постійний елемент газети – незмінний, повсякденний, завжди присутній у газетному номері» [26, 109]. В. Різун зауважує, що всі елементи заготовочного комплексу є «опорними точками, що показують найбільш важливу текстову інформацію», «служать опорою для читача в розумінні змісту», «виступають в ролі засобів забезпечення комунікативних інтересів читачів» [62, 193–194]. Т. Кузнєцова вважає, що заголовок – це «перший текстовий знак, з якого починається ознайомлення з матеріалом. Це не лише назва, домінант, дотекстовий показник тексту, що несе інформацію, а оцінний сигнал усього тексту, у якому автор виражає своє ставлення до змісту всього матеріалу, фактів, поданих у ньому» [36, 122]. А. Євграфова вважає заголовок «скомпресованим нерозкритим змістом тексту» [22, 147].

Однак у працях, що стосуються вивчення заголовка, аналізуються назви або окремо взятих авторів (О. Гончара, Ю. Мушкетика, М. Данька, В. Яворівського), або певних друкованих видань («Високий замок», «Україна молода»), або періодів (ХІХ ст., 20–30 рр., 60–70 рр. ХХ ст.). Заголовкова система окремо взятих журналістських жанрів теоретично не розроблялася, що й зумовлює **актуальність** нашого дослідження.

Мета нашої наукової розвідки – дослідити властивості, функції та різновиди заголовків репортажів у сучасних періодичних виданнях, їх функціональне призначення й комунікативно-прагматичний потенціал.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Враховуючи специфіку репортажу як жанру журналістики, особливістю якого є динамічне, яскраве, емоційне, документально точне відтворення події на всіх етапах її розвитку – від початку до завершення, – заголовкові відводиться особлива роль у процесі привертання уваги читачів до матеріалу, їх зацікавлення. Адже заголовок, формально виділяючись із основного тексту, є одночасно і самостійним повідомленням, і частиною цілого.

Спираючись на теоретичні напрацювання вітчизняних та зарубіжних теоретиків журналістики й беручи до уваги специфіку репортажу, спробуємо дослідити класифікаційні особливості заголовків репортажу.

Функції заголовка різноманітні: він відображає зміст твору, привертає увагу читачів до матеріалу, зацікавлює їх, змушує прочитати матеріал. Заголовок у репортажі співвідноситься з темою тексту або з його основною думкою. Прочитавши заголовок, читач створює уявлення про зміст тексту.

В. Іванов вважає, що газетно-журнальні заголовки «повинні мати такі властивості: максимальну інформованість; об'єктивне відображення тематичного змісту тексту; самобутність і оригінальність; публіцистичну гостроту і експресивність, виразність почуттів, думок; структурну завершеність та інтонаційну виразність; точність термінів» [26, 109].

Репортери у своїй творчості використовують різноманітні типи заголовків. Ми ж, у цьому дослідженні, розглянемо найпопулярніші з них. Так, зупиняючись на зазначених властивостях заголовка, можна виділити такі його різновиди: найчастіше в репортажах трапляється **інформаційний заголовок**, який є фактично стислим викладом його змісту. Ось деякі приклади: «*Свято українського менталітету в Сорочинцях*» [73, 1], «*Особливості національного полювання*» [2, 7], «*Українські болгари*» [49, 12]; **заголовок-інтрига**, що також досить часто трапляється в сучасних репортажах, містить певний елемент загадковості, несподіваності. Наприклад: «*Президент Янукович і наркотики*» [68, 1],

«Поїсти і вижити» [19, 4], «Школа гейш» [77, 35]; **констатуючо-описовий заголовок**, що об'єктивно відображає тематичний зміст тексту, наприклад: «У швейцарських банках все спокійно» [6, 12], «Риба – це не тільки цінний продукт» [11, 8], «Екстрим у карпатських джунглях» [66, 15]; несуть публіцистичну гостроту та експресивність **проблемні заголовки**, які стилістично можуть бути виражені у формі питального речення: «Чому нам казали, що цих курей можна їсти?..» [8, 3], «На кого розлютився Черемош?» [32, 1], «Лікарю, я буду жити?» [45, 15]; самобутніми та оригінальними є **спонукально-наказові заголовки**, наприклад: «Усі – в небо» [30, 10], «Усі – на штурм!» [33, 12], «Повстанці – до бою» [3, 12].

Вітчизняний журналістикознавець В. Здоровега, говорячи, що журналісти під час побудови заголовків вдаються до широкої гами засобів і стилістичних прийомів, підкреслює, що це «можуть бути вдалі вислови із тексту» й «заголовок може будуватися на руйнуванні стійких словосполучень або їх розширенні, двозначності слів» [25, 109]. На цьому наголошує й Л. Каніболоцька, яка, розкриваючи проблему інтертекстуальності художнього твору, звертає увагу на вторинне використання тексту в заголовку [31, 109]. Так, ми виділяємо, ще один різновид заголовків, які широко розповсюджені в репортажних матеріалах, а саме **заголовки-цитати**. Вони можуть мати в тексті репортажу стилістично-експресивне, оцінне або інформаційне значення. Наприклад, «Ви в силах розірвати ці кайдани» [59, 13], «У нас є на що подивитися, було б кому показати» [72, 8], «Треті москалі йдуть» [48, 9].

Дуже часто заголовками репортажів стають образно-символічні назви. Так, можемо виділити такі різновиди: **заголовки-метафори** – «Яблука пахнуть сонцем» [29, 13], «Дорога до Бога» [47, 13], «Дністер кипів від перегонів» [15, 11], «Карпати кличуть на лижі» [17, 3]. У заголовках сучасних репортажів метафори активно використовуються, збільшуючи інформативну цінність матеріалу за допомогою асоціацій, які породжуються переносним значенням слова. Інформація, представлена у вигляді метафори, завжди цікава, адже метафора містить імпліцитний зміст. Крім того, метафора як один із найпопулярніших засобів художньої виразності емоційно впливає на читача й переконує його в достовірності наведених фактів.

Заголовки-метонімії – «Подих Рима» [10, 10], «Що їси, Україно?» [46, 3], «Шенген закриває кордони» [37, 14]. У цих прикладах назви країн чи міста вживаються замість самих мешканців та їхніх дій. Використання в структурі заголовка метонімічних перенесень дає змогу привернути увагу читача й, таким чином, заголовок виконує інформативну й інтригуючу функції.

Заголовки-синекдохи – «Онуки Тамерлана» [70, 48] (узбеки) (власні імена в значенні загальних). Синекдоха посилює експресивність заголовка репортажу й надає йому глибокого узагальнюючого змісту.

Заголовки-перифрази – «Білий камінь Дністра» [13, 10] (описовий зворот на позначення назви міста Білгород-Дністровський), «Овочева столиця України» [33, 50] (описовий зворот на позначення назви села Великі Копані), «Злочинці в погонах» [28, 10] (описовий зворот на позначення деяких представників правоохоронних органів). Перифрази в заголовках репортажів служать для урізноманітнення викладу, уникнення монотонності, набридливих повторів. Отже, тропи в заголовку репортажу надають цьому інформаційному жанру яскравості, експресивності, змушують читачів оригінально мислити, створюють досить потужні психологічні характеристики.

За синтаксичними засобами увиразнення мовлення репортажні назви поділяються на **заголовки-інверсії** – «Край отаманський» [60, 46], «Україна антична» [43, 10], «Коло гончарове» [53, 52] (для української мови природнішим є розміщення означень у позиції – перед словом, до якого вони відносяться. Зворотний порядок їх розміщення сприймається як інверсований). Як справедливо зазначають автори підручника «Теорія літератури», «інверсоване слово за рахунок того, що потрапляє в незвичну для нього синтаксичну позицію, мимоволі привертає й затримує на собі більше уваги» [14, 227]. А оскільки одна із функцій заголовка – привертання уваги читачів до матеріалу, то заголовки-інверсії надзвичайно ефективні для репортажних текстів.

Заголовок-еліпсис – «Усі – в небо» [30, 10], «А тепер – «горбатий» [80, 7], «На лижі – у Бецади» [1, 15]. Такий різновид заголовка посилює динамічність фрази, підкреслює лаконізм, тому його часто використовують репортери для позначення назви своїх творів.

Заголовки-асиндетони – «Місто. Люди. Кулетет» [54, 10], «Сльози. Сонлі. Паралелі» [12, 5], «Крим. Мир. Самобуду» [23, 30], «Покер: азарт, гроші, блеф» [58, 16]. Безсполучниковість акцентує у заголовкові динамічний аспект, зосереджує увагу читачів на виділених словах.

Заголовки-оксюмори – «*Мертві водойми і цілюща грязь*» [38, 14], «*«Буржуйська» хатка комуніста*» [69, 5]. Несподіване поєднання логічно несумісних слів у заголовках репортажів, створюючи нове уявлення, несе водночас велике емоційно-експресивне навантаження.

Тавтологічні заголовки – «*«Забити стрілку» на Арбатській стріліці*» [35, 9], «*Особливі театри для особливих дітей*» [71, 4], «*Буде молодь, буде й село*» [78, 9]. Отже, стилістичні фігури в заголовках репортажів, виконуючи функцію емоційного увиразнення, впливають на читача, привертають його увагу до матеріалу.

За особливостями синтаксичної будови заголовки репортажів можна поділити на **заголовки-слова** – «*Чужі*» [50, 14], «*Самоблокада*» [39, 12]; **заголовки-словосполучення** – «*Дядько Ельбрус*» [65, 12], «*Секрети «Шоколадного будинку»*» [41, 1]; **заголовки-речення** – «*Країна, яку буде Міша*» [75, 8], «*Ви в силах розірвати ці кайдани*» [42, 13], «*Я для вас і пан, і цар*» [52, 9], «*А вони з голоду не пухнуть*» [27, 14].

Синтаксична структура заголовків сучасних пресових репортажів дуже різноманітна. Досить часто трапляються двоскладні поширені речення: «*Напівзабута епідемія нагадала про себе*» [20, 5], «*Ця війна не закінчиться ніколи*» [4, 4], «*Дністер кипів від перегонів*» [15, 11], а також двоскладні неопищені речення: «*Сосни диміли*» [21, 7], «*Альпи кличуть*» [55, 30], «*Ще Мазепа заговорить*» [51, 18].

Серед дієслівних односкладних речень як заголовків репортажів найчастіше автори використовують означено-особові. Такі речення в заголовку репортажу сприймаються більш енергійно, динамічно, піднесено: «*Беру сили в операційній*» [64, 10], «*Подаруй красуні диво*» [18, 10], а також налаштовують читача на виконання певної дії «*Шукаю роботу*» [9, 8], «*Віддамо квартиру в хороші руки*» [57, 11], «*Запрошуємо знятись у рекламі*» [76, 35].

Використовуючи заголовки, вжиті у формі односкладних означено-особових речень із дієсловом у наказовому способі, автор висловлює прохання («*Будь ласка, любіть нас*» [44, 13]), наказ («*Тисни на газ*» [34, 16]), заклик («*Ходімо в ресторан – водички вип'ємо*» [81, 5]).

За допомогою заголовків-інфінітивних односкладних речень – автори репортажів висловлюють неминучість, приреченість на щось («*Нікуди тікати*» [7, 10]), наказ, заклик до чогось («*Наздогнати літо в Монтенегро*» [67, 60]). Інших типів дієслівних односкладних речень серед заголовків сучасних пресових репортажів виявлено значно менше. Так, наприклад, у заголовку, вжитому у формі неозначено-особового речення, уся увага зосереджується на самій події: «*Скандальний будинок вирішили пікетувати*» [82, 19], а заголовок – безособове речення «*Грузію штормить*» [16, 11] – акцентує увагу читачів уже на результаті певної події.

Натомість репортери досить часто як назву свого матеріалу використовують іменникові односкладні речення. Щоб зосередити увагу читача на події, повідомити йому про якийсь важливий факт, автори вдаються до номінативних односкладних речень як заголовків репортажів. Заголовок-номінативне речення – визначає те загальне тло, на фоні якого розгортаються події, що є змістом репортажу: «*Крим. Мир. Самобуди*» [23, 30], «*Місто. Люди. Кулет...*» [54, 10], «*Серп і лотос*» [56, 30], «*Громниця і 12 гармат*» [74, 48]. Такі заголовки вирізняються виразною експресивністю, динамізмом, надзвичайним лаконізмом. Заголовок – номінативне речення – активізує сприймання матеріалу читачем, допомагає більш образно й конкретно усвідомити явища об'єктивної дійсності.

Дуже рідко трапляються заголовки репортажів у вигляді складних синтаксичних речень. Такими прикладами є «*Сукачов у Києві отримав яблуко Єви, а його слухачі – повний кайф*» [61, 24], «*Політики чубляться – народ байдужіє*» [63, 11], «*Як сад доглянеш, так він віддячить*» [79, 7]. Непопулярність заголовків, ужитих у формі складних синтаксичних конструкцій, пояснюється тим, що основне покликання заголовка – лаконічно та яскраво повідомити читачам про зміст репортажу, полегшити сприйняття матеріалу, налагодити контакт між автором і читачем.

Висновки й перспективи подальших досліджень. Отже, обличчя видання багато в чому залежить саме від заголовків матеріалів, головне призначення яких – керувати увагою читача. Заголовок є постійним елементом архітектоники сучасних пресових репортажів. Він інтригує, змушує його прочитати текст, формує загальне враження про матеріал. Багатофункціональність заголовка підвищує його комунікативно-прагматичну спрямованість і робить його найвиразнішим знаком журналістського тексту.

Список використаної літератури

1. Баландюх М. На лижі – у Бещади / М. Баландюх // Експрес. – 2007. – 27–28 лют. – С. 15.
2. Баландюх М. Особливості національного полювання / М. Баландюх // Експрес. – 2007. – 3–4 лют. – С. 7.

3. Баландюх М. Повстанці – до бою! / М. Баландюх // *Експрес*. – 2005. – 29 верес. – 6 жовт. – С. 12.
4. Баландюх М. Ця війна не закінчиться ніколи / М. Баландюх // *Експрес*. – 2008. – 14–21 серп. – С. 4–5.
5. Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика / Р. Барт ; пер с фр. Г. К. Косикова. – М. : Прогресс, 1989. – 616 с.
6. Боднар І. У швейцарських банках все спокійно / І. Боднар // *Експрес*. – 2009. – 12–19 берез. – С. 12.
7. Боднар І. Нікуди тікати / І. Боднар // *Експрес*. – 2010. – 12–19 серп. – С. 10.
8. Боднар І. «Чому нам казали, що цих курей можна їсти?...» / І. Боднар // *Експрес*. – 2005. – 8–15 груд. – С. 3, 10.
9. Бойко О. Шукаю роботу / О. Бойко // *Інформатор*. – 2008. – 9–15 груд. – С. 8.
10. Бондаренко Б. Подих Рима / Б. Бондаренко // *Експрес*. – 2005. – 18–25 серп. – С. 10.
11. Василевський О. Риба – це не тільки цінний продукт / О. Василевський // *Інформатор*. – 2009. – 8–14 трав. – С. 8.
12. Волошка Л. Сльози. Соплі. Паралелі / Л. Волошка // *Україна молода*. – 2005. – 5 жовт. – С. 5.
13. Гаврош О. Білий камінь Дністра / О. Гаврош // *Україна молода*. – 2008. – 29 жовт. – С. 10.
14. Галич О. Теорія літератури : підруч. для студ. філол. спец. вищ. навч. закл. / О. Галич, В. Назарець, Є. Васильєв. – К. : Либідь, 2005. – 488 с.
15. Ганушак М. Дністер кипів від перегонів / М. Ганушак // *Експрес*. – 2008. – 8–9 лип. – С. 11.
16. Ганушак М. Грузію штормить / М. Ганушак // *Експрес*. – 2007. – 15–22 листоп. – С. 11.
17. Ганушак М. Карпати кличуть на лижі / М. Ганушак // *Експрес*. – 2006. – 18–19 листоп. – С. 3.
18. Ганушак М. Подаруй красуні диво / М. Ганушак // *Експрес*. – 2007. – 6–7 жовт. – С. 10.
19. Губицька О. Поісти і вижити / О. Губицька // *Інформатор*. – 2008. – 4–10 листоп. – С. 4.
20. Десятерик Д. Напівзабута епідемія нагадала про себе / Д. Десятерик // *День*. – 2007. – 28 груд. – С. 5.
21. Довгаль С. Сосни диміли / С. Довгаль // *Україна молода*. – 2010. – 10 серп. – С. 7.
22. Євграфова А. Заголовок як актуалізатор текстової інформації / А. Євграфова // *Стиль і текст*. – 2003. – № 4. – С. 141–149.
23. Завгородня І. Крим. Мир. Самобуди / І. Завгородня // *Український тиждень*. – 2009. – 27 лют. – 5 берез. – С. 30–35.
24. Зікора А. Овочева столиця України / А. Зікора // *Український тиждень*. – 2008. – 29 серп. – 5 верес. – С. 50–54.
25. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : підручник / Здоровега В. – Л. : ПАІС, 2004. – 268 с.
26. Іванов В. Техніка оформлення газети : курс лекцій / Іванов В. Ф. – К. : Знання, 2000. – 222 с.
27. Інжуватова Х. А вони з голоду не пухнуть / Х. Інжуватова // *Експрес*. – 2010. – 6 трав. – С. 14.
28. Інжуватова Х. Злочинці в погонах / Х. Інжуватова // *Експрес*. – 2007. – 15–16 верес. – С. 10.
29. Інжуватова Х. Яблука пахнуть сонцем / Х. Інжуватова // *Експрес*. – 2008. – 21–22 жовт. – С. 13.
30. Ісаєв В. Усі – в небо / В. Ісаєв // *Експрес*. – 2008. – 8–9 серп. – С. 10.
31. Каніболоцька Л. Про функцію заголовку-цитати з циклу «Казки сучасного міста» Людмили Тарнашинської / Л. Каніболоцька // *Таїни художнього тексту (до проблеми поетики тексту) : зб. наук. пр.* – Д. : РВЦ ДНУ, 2003. – Вип. 3. – С. 228–233.
32. Касьяненко М. На кого розлютився Черемош? / М. Касьяненко // *День*. – 2008. – 5 серп. – С. 1–2.
33. Ковальська О. Усі – на штурм! / О. Ковальська // *Експрес*. – 2008. – 9–10 верес. – С. 12.
34. Козак С. Тисни на газ! / С. Козак // *Експрес*. – 2006. – 5–12 черв. – С. 16.
35. Косинська Ю. «Забити стрілку» на Арбатській стрілці / Ю. Косинська // *Експрес*. – 2007. – 26 груд. – С. 9.
36. Кузнєцова Т. Аксіологічні моделі мас-медійної інформації : монографія / Кузнєцова Т. – Суми : Університет. кн., 2010. – 304 с.
37. Курій Ю. Шенген закриває кордони / Ю. Курій // *Експрес*. – 2007. – 31 серп. – 1 верес. – С. 14.
38. Куфрик Т. Мертві водойми і цілюща грязь / Т. Куфрик // *Експрес*. – 2010. – 5–12 серп. – С. 14.
39. Куфрик Т. Самоблокада / Т. Куфрик // *Експрес*. – 2006. – 16–23 берез. – С. 12.
40. Лазебник Ю. Проблеми літературної майстерності в журналістиці / Лазебник Ю. – К. : Держлітвидав України, 1963. – 266 с.
41. Литвин Ю. Секрети «Шоколадного будинку» / Ю. Литвин // *День*. – 2010. – 16–17 квіт. – С. 1, 16–17.
42. Леонов І. «Ви в силах розірвати ці кайдани» / І. Леонов // *Україна молода*. – 2007. – 11 верес. – С. 13.
43. Леонов І. Україна антична / І. Леонов // *Україна молода*. – 2007. – 18 лип. – С. 10.
44. Львова І. Будь ласка, любіть нас / І. Львова // *Експрес*. – 2007. – 27 черв. – 5 лип. – С. 13.
45. Львова І. Лікарю, я буду жити? / І. Львова // *Експрес*. – 2007. – 25 січ. – 1 лют. – С. 15.
46. Львова І. Що їси, Україно? / І. Львова // *Експрес*. – 2007. – 3–4 лют. – С. 3.
47. Мартинець С. Дорога до Бога / С. Мартинець // *Експрес*. – 2008. – 17–24 лип. – С. 13.
48. Мартинець С. «Треті москалі йдуть» / С. Мартинець // *Експрес*. – 2010. – 11–18 лют. – С. 9.
49. Мартинець С. Українські болгары / С. Мартинець // *Експрес*. – 2005. – 30 черв. – 7 лип. – С. 12.
50. Мартинець С. Чужі / С. Мартинець // *Експрес*. – 2005. – 19–26 трав. – С. 14.

51. Мартинець С. Ще Мазепа заговорить / С. Мартинець // Експрес. – 2008. – 4–11 груд. – С. 18.
52. Мартинець С. «Я для вас і цар, і пан» / С. Мартинець // Експрес. – 2009. – 9–16 лип. – С. 9.
53. Оробець Т. Коло гончарове / Т. Оробець // Український тиждень. – 2008. – 31 жовт. – 6 лист. – С. 52–56.
54. Оруджев Р. Місто. Люди. Кулетет... / Р. Оруджев // Інформатор. – 2009. – 9–15 берез. – С. 10–11.
55. Павлов М. Альпи кличуть / М. Павлов // Український тиждень. – 2008. – № 46. – С. 30–33.
56. Павлов М. Серп і лотос / М. Павлов // Український тиждень. – 2008. – № 50. – С. 30–33.
57. Пахолко О. «Віддамо квартиру в хороші руки» / О. Пахолко // Експрес. – 2007. – 19–26 лип. – С. 11.
58. Пілішук О. Покер: азарт, гроші і... блеф / О. Пілішук // Експрес. – 2008. – 8–15 трав. – С. 16.
59. Леонов І. «Ви в силах розірвати ці кайдани» / І. Леонов // Україна молода. – 2007. – 11 верес. – С. 13.
60. Раковський К. Край отаманський / К. Раковський // Український тиждень. – 2009. – 10–16 квіт. – С. 46–52.
61. Рильов К. Сукачов у Києві отримав яблуко Єви, а його слухачі – повний кайф / К. Рильов // День. – 2005. – 25 лют. – С. 24.
62. Різун В. В. Літературне редагування : підручник / Різун В. В. – К. : Либідь, 1996. – 240 с.
63. Романів Є. Політики чубляться – народ байдуже / Є. Романів // Експрес. – 2007. – 15–16 черв. – С. 11.
64. Ротай Н. «Беру сили в операційній» / Н. Ротай // Україна молода. – 2009. – 4 лют. – С. 10–11.
65. Семків В. Дядько Ельбрус / В. Семків // Україна молода. – 2010. – 7 жовт. – С. 12–13.
66. Слюсар Х. Екстрим у карпатських джунглях / Х. Слюсар // Експрес. – 2008. – 3–10 лип. – С. 15.
67. Стаховська Д. Наздогнати літо в Монтенегро / Д. Стаховська // Український тиждень. – 2009. – № 42. – С. 60–63.
68. Тамкова О. Президент Янукович і наркотики / О. Тамкова // Експрес. – 2010. – 8–15 лип. – С. 1, 4.
69. Ткачук М. «Буржуйська» хатка комуніста / М. Ткачук // Україна молода. – 2010. – 2 квіт. – С. 5.
70. Тешаєва М. Онуки Тамерлана / М. Тешаєва // Український тиждень. – 2009. – 31 лип. – 6 серп. – С. 48–52.
71. Філіпенко І. Особливі театри для особливих дітей / І. Філіпенко // День. – 2008. – 23 жовт. – С. 4.
72. Філіпенко І. «У нас є на що подивитися, було б кому показати» / І. Філіпенко // День. – 2009. – 4 черв. – С. 8.
73. Циганков С. Свято українського менталітету в Сорочинцях / С. Циганков // День. – 2005. – 19 серп. – С. 1–2.
74. Чекан О. Грамниця і 12 гармат / О. Чекан // Український тиждень. – 2009. – № 8. – С. 48–51.
75. Шовкун Л. Країна, яку буде Міша / Л. Шовкун // Україна молода. – 2010. – 16 груд. – С. 8–9.
76. Якушев В. Запрошуємо знятися у рекламі / В. Якушев // Post-Поступ. – 2007. – 9 лют. – С. 35.
77. Якушев В. Школа гейш / В. Якушев // Post-Поступ. – 2007. – 19–26 січ. – С. 35.
78. Ясинчук Л. Буде молодь, буде й село / Л. Ясинчук // Експрес. – 2006. – 9–10 груд. – С. 9.
79. Ясинчук Л. Як сад доглянеш – так він віддячить / Л. Ясинчук // Експрес. – 2007. – 24–25 берез. – С. 7.
80. Яценко П. А тепер – «горбатий»! / П. Яценко // Експрес. – 2007. – 24–25 лют. – С. 7.
81. Яценко Ю. Ходімо в ресторан – водички вип'ємо! / Ю. Яценко // Високий замок. – 2008. – 15 трав. – С. 5.
82. Ящук Т. Скандальний будинок вирішили пікетувати / Т. Ящук // Експрес. – 2006. – 1–2 серп. – С. 19.

УДК 061.231(477.62):070(045)

І. О. Вялкова – старший викладач кафедри соціальних комунікацій Маріупольського державного університету, аспірант заочної форми навчання

Організації та установи зі сприяння журналістській діяльності в Донецькій області: загальний огляд

Роботу виконано на кафедрі соціальних комунікацій Маріупольського державного університету

Розглянуто діяльність журналістських організацій (Національної спілки журналістів України, Донецької обласної спілки журналістів, Маріупольської міської організації журналістів та ін.), а також установ із захисту професійних прав працівників ЗМІ Донбасу (Управління інформаційної політики та з питань преси Донецької облдержадміністрації, Донецької медіа-профспілки, медіа-адвокатури, Інституту розвитку регіональної преси й ін.) на теренах Донецької області.

Ключові слова: Донецька область, регіон, ЗМІ, організація, установа, журналіст, діяльність.