министерство образования российской федерации

Смоленский Государственный Педагогический Университет

**кафедра журналистики и зарубежной литературы**

**«Современный газетный заголовок. Работа с заголовком на уроках русского языка в школе».**

**Квалификационная работа**

Студентки 52 группы
филологического факультета

**Глазуновой
Любови Владимировны**

Научный руководитель:
доцент **Ливанова М.В.**

Смоленск 2003 г.

***Содержание:***

Введение. 2

Глава I. Связь заголовка с текстом. 6

Глава II. Заголовок как самостоятельная речевая единица. 17

Глава III. Средства выразительности в заголовках. 19

Глава IV. Дезориентирующие заголовки. 24

Глава V. Работа над заголовком на уроках русского языка в школе. 27

Заключение. 39

Литература: 41

# Введение.

Французский ученый, философ и писатель Паскаль заметил: “Я пишу длинно, потому что у меня нет времени писать коротко”. В этом парадоксальном заявлении глубокий смысл, потому что небрежность, беспомощность автора обычно приводит к многословию, а краткость и ясность формулировок достигаются в результате напряженной работы со словом.

Максим Горький, рассказывая о труде писателя, подчеркивал, что лаконизм, как и точность словоупотребления, дается нелегко: “Крайне трудно найти точные слова и поставить их так, чтобы немногим было сказано много, чтобы словам было тесно, мыслям просторно”.

Экономное, точное выражение мысли – важнейшее требование стилистика. Особенно важна яркость и точность для заголовка, ведь заголовок – первое, с чем сталкивается читатель газеты, первое, на что обращает внимание, просматривая газетную полосу, по заголовкам ориентируются в содержании газеты.

Заголовок является первым сигналом, побуждающим нас читать газету или отложить ее в сторону. Предваряя текст, заголовок несет определенную информацию о содержании публицистического произведения. В то же время заглавие газетной полосы, газетного номера имеют эмоциональную окраску, возбуждающую читательский интерес, привлекающую внимание. Исследование психологов показали, что около 80% читателей уделяют внимание только заголовкам. Поэтому так важно журналисту выбрать заголовок для своей публикации. В нескольких словах, одним предложением нужно не только передать основной смысл статьи, ее содержание, но и привлечь, заинтересовать читателя, однако не стоит забывать, что не все меры здесь хороши. Очень часто под сенсационными и крикливыми заголовками ничего не стоит. Читатель разочаровывается не только в отдельной статье или публикации, но и в издании в целом. Не стоит ради красивого и громкого словца рисковать доверием читателя. Заголовок – лицо всей газеты, он влияет на популярность и приобретаемость издания.

В знаменитом словаре В.И. Даля о заголовке сказано, что это “выходной лист, первых листок книги или сочинения, где означено название его”. Заголовок обозначает также название отдела, главы книги, а в деловых бумагах означение в начале листа ведомства, место, откуда и куда бумага идет. Это широкое понятие заголовка.

В словаре С.И. Ожегова заглавие определено несколько уже – как название какого-либо произведения (литературного, музыкального), или отдела его частей, как заглавие литературного произведения, той или иной степени раскрывающее его содержание.

Безусловно, произведенные определения верны и для газетного заголовка, поскольку он является частью общего понятия “заглавие”, но газетный заголовок имеет свою специфику. Он живет на газетной странице, следовательно, отражает характерные особенности газеты. Многие газетные заголовки в краткой спрессованной форме отражают сущность происходящих событий. Главным, глубоким и бесценным источником для заголовков служит сама жизнь. Нужно выбирать самое яркое, убедительное и интересно преподносить.

Для этого в заголовке могут использоваться все известные лексические и синтаксические средства выразительности. Могут возникать экспрессивные заглавия, созданные на основе переносного значения слов, окрашенной лексики, синонимов и антонимов. В заголовке могут использоваться пословицы, поговорки, фразеологизмы, названия известных песен, кинофильмов, пьес, цитаты из этих произведений, разговорные элементы, фонетические и морфологические средства выразительности.

Таким образом, изучение структуры заглавия тесно связано с изучением различных разделов науки о языке: синтаксисом, морфологией, лексикологией, фонетикой и фразеологией. Это дает возможность работать над заглавием в школе не только на специальных уроках развития речи, но и на уроках других типов при изучении вышеперечисленных языковых разделов.

В море прессы читатель остановит свой взгляд на заинтересовавшем его заголовке. Кого-то привлекут броские заголовки с малоиспользуемой лексикой-жаргоном, кого-то двусмысленные и многообещающие заголовки, построенные на многозначности слов, кого-то заинтересуют простые, серьезные и информативные заглавия. Каждый выберет издание себе по вкусу.

Есть газеты универсальные, в которых встречаются самые разнообразные заглавия от пошлых и низкопробных до серьезных, тревожных, заставляющих читателя остановиться и задуматься. К таким универсальным газетам относится “Комсомольская правда”, а особенно ее пятничный выпуск, любовно и ласково именуемый “Толстушкой”.

“Комсомольская правда” - газета, которую можно читать всю неделю и всей семьей. “Толстушка” – итог всех номеров недели. В нее входят самые интересные статьи недели, главные события страны, новости из-за рубежа. Пятничный выпуск предполагает вечер выходного дня с газетой в руках. Толстушка рассказывает обо всем: о новостях политики, о шоубизнесе, о новинках моды, рассказывает о забавных и интересных случаях из жизни простого народа и просто сплетничает о богеме.

Поэтому аудитория ее читателей разнообразна и пестра по своему составу: это люди разного возврата, разной профессии, разной национальности. Цена “толстушки” приемлема для студентов и пансионеров. Каждый найдет для себя что-нибудь интересное. Женщины почитают о том, что модно в нынешнем сезоне, мужчины обратятся к новостям спорта, детям будет интересна страничка “Окно в природу”, бабушки и дедушки прочитают политические заметки и заметки о музыкальных и театральных тусовках. Но прежде все они прочтут заголовок.

Предметом исследования данной квалификационной работы является современный газетный заголовок и возможность работы с ним на уроках русского языка в школе. Цель работы – привлечь внимание учителя к возможностям, которые открывает ему работа с газетной статьей и газетным заголовком в школе. Поскольку учащиеся в будущем (а возможно, уже и в настоящем) – читатели газет и журналов, задача учителей-словесников – научить их ориентироваться в море современной прессы и быть грамотными читателями.

В работе будут рассмотрены заголовки, выбранные нами из публикаций “Комсомольской правды” («Толстушка») в период с 24 декабря 2002г. по 27 апреля 2001г. и с ноября 2002 г. по март 2003 г. с точки зрения классификации, предложенной Лазаревой Э.А.[[1]](#footnote-1)\* В ходе работы мы обратим внимание на то, заголовки какого типа преимущественно используются современными авторами, какова их языковая структура, экспрессивность, лексический состав и другие особенности.

Отдельная глава данной работы посвящена тому, как проводится работа над заглавием текста в школе на уроках русского языка. В этой главе мы проанализируем задания по работе над текстом и его заглавием, предусмотренные традиционными учебными пособиями, а также предложим свои варианты творческой работы учащихся над заглавием и задания разных типов, которые возможно применить в работе над заглавием.

# Глава I. Связь заголовка с текстом.

Заголовок текста имеет двойственную природу.

С одной стороны, это языковая структура, предваряющая текст, стоящая “над” ним и перед ним. Поэтому заголовок воспринимается как речевой элемент, находящийся вне текста и имеющий определенную самостоятельность. С другой стороны заголовок – полноправный компонент текста, входящий в него и связанный с другим компонентом целостного произведения. Заголовок составляет единую систему с текстом “заголовок - текст”. Поэтому чаще всего работа с заголовком ведется на уроках развития речи.

В смысловом отношении заголовок все же нельзя рассматривать как что-то отдельное от текста. Заголовок подготавливает к пониманию текста, с другой стороны, заголовок может становиться понятным только после прочтения текста.

§1. Первая классификация газетных заголовков строится на основе отражения элементов текста. По этому признаку выделяют однонаправленные и комплексные заглавия.

***Однонаправленные*** заглавия соотносятся с одним элементом смысловой структуры текста: - с темой, - с фактом, - с героем публикации, - с цитатой или известным выражением, - с аналитической оценкой ситуации, - с идеей материала, - с второстепенными элементами текста.

Большее количество заголовков выражает ***тему*** текста. Например, заголовок ***“Уроды Чернобыля”*** (28 апреля 2001г.) полностью отражает тему статьи, где речь идет о Чернобыле и страшных последствиях аварии 26 апреля 1986г. на чернобыльской АЭС. Статья рассказывает о страшнейшей коллекции профессора Вячеслава Коновалова. Профессор Киевского института добывает в районах, пораженных радиацией в мертвецких и выгребных ямах уродов животных и человеческих, отсюда и название.

***«Пять мужей Дорониной»*** (6 декабря 2002 года).

Заметка о пяти браках актрисы Татьяны Дорониной.

***«Мальчик-полтергейст»*** (12 декабря 2002 года).

Заметка рассказывает об уникальных возможностях маленького мальчика, проживающего в Ярославской области.

***«Восемь правил здорового загара»*** (6 июня 2003 года).

Заголовок полностью отражает тему статьи, в которой рассказывается о том, как правильно загорать.

Некоторые заголовки отражают отдельный ***факт.*** Часто статьи кричат о фактах, еще не свершившихся.Чаще всего это заглавия заметок политических.

 ***“Мир узнает нового президента США”*** (17 ноября 2000г.).

Заметка о выборах президента США.

***“Тамаре Рохлиной дали 8 лет”*** (этот же номер).

 “***На Украине сняли премьера”*** и т.д.

Факт, порой не слишком важный, отражают заглавия светской хроники.

***“Современнику исполнилось 45 лет”***

Заметка о праздновании 45-летнего дня рождения театра Современник.

**“Золотой семье – золотая свадьба”** (16 марта 2001г.).

Заметка о золотой свадьбе чемпионов мира по спортивной гимнастике – Муратовых.

***“Энергетики пропили 30 км проводов”.***

Факт.

***«Поиски в Кармадоне будут до конца недели завершены»*** (6 декабря 2002 года).

Заметка о пропавшей в Кармадонском ущелье съемочной группе Сергея Бодрова.

***«Осквернены мощи С. Саровского»*** (6 декабря 2002 года).

Заметка об осквернении мощей преподобного Серафима Саровского.

***«Поезда подорожают с 15-го января»*** (12 декабря 2002 года).

Заметка о повышении цен на пассажирские перевозки на Российских железных дорогах.

***«Секрет китайского фарфора разгадали в Челябинске»*** (24 января 2003 года).

Заметка о русских специалистах, разгадавших секрет изготовления китайского фарфора.

***«В Ватикане издадут толковый словари о сексе»*** (24 января 2003 год).

Заметка о готовом к выпуску словаре.

***«Ревнивец откусил нос молодожену»*** (24 января 2003 года).

Заметка о происшествии в городе Саранске. Ревнивый молодой человек откусил нос мужу своей бывшей возлюбленной.

***«Дачница украла снег у соседей»*** (20 декабря 2002 год).

Случай из разряда «чего только не бывает!». Пожилая дама, заботясь о своих кустарниках, о том, как они переживут бесснежную зиму, решила позаимствовать снега на соседском участке.

***«В Якутии решили клонировать мамонта»*** (6 декабря 2002 года).

Заметка о якутских учёных, решивших клонировать мамонта.

Такие заглавия, как правило, полноинформативны, понятны для читателя и полностью отражают содержание заметки. Большинство из них представляют собой по своей синтаксической структуре неопределенно–личные предложения, в которых главное – само действие или событие, а не субъект.

Гораздо реже среди анализируемых заглавий встречаются заголовки, называющие ***героя публикации.***

Героями, как правило, становятся артисты театра и кино, знаменитые музыканты, ведущие телепередач.

Журналисты умело используют различные стилистические приемы для обыгрывания имени, привнося в него дополнительное значение, высвечивая его внутреннюю форму. Одним из наиболее частотных приемов становится парономазия, основанная на сближении сходно звучащих слов:

**«Буш бушует»** (16 марта 2001 г.)

Часто в заглавии вынесены известные фамилии, а в статье они лишь вскользь упоминаются.

Так, например, заголовок ***“Юрия Любимова чуть не арестовали в Кремле”*** (27 апреля 2001г.) заставляет поволноваться за известного режиссера – Любимова. Однако в статье речь не пойдет о страшном преступлении, которое совершил Любимов, нет речи и о застенках Лубянки. Выясняется лишь, что Любимова как худрука Театральной олимпиады, которая проходила в Москве, в числе избранных деятелей театра пригласили на встречу с президентом Путиным. Любимов пошел в Кремль не через Боровицкие, а через Спасские ворота, его арестовали, а, выяснив личность, отпустили. Вот и все. Дальше речь идет о дне рождении Таганки, ей исполнилось 37 лет.

В заглавии часто выносится фамилия героя публикации, но не обозначается главная мысль статьи.

***“Зайцев стал белобрысым”*** (16 марта 2001г.).

Вся статья совсем не посвящена изменению в имидже Вячеслава Зайцева, хотя речь идет действительно о нем, о его 63-ем дне рождении.

Называют героя публикации такие заголовки:

***“Рядом с моей Надей Лолита отдыхает!”*** (16 марта 2001г.).

Статья о Наде Михалковой.

**“Бесчастных – это голова”.**

Заметка о русском футболисте Владимире Бесчастных, забившем золотой гол в матче “Россия - Югославия”.

**«Варум не хочет ехать без Агутина»** (20 декабря 2003 г.).

Заметка о том, как будут встречать Новый год звезды эстрады.

**«Киркоров требует выкинуть Шевчука из Гранд Отеля».** (24 января 2003 г.).

Заметка о конфликте между Филиппом Киркоровым и Юрием Шевчуком.

**« Игорь Бочкин женился…»** (12 декабря 2002 г.).

Заметка о свадьбе актера Игоря Бочкина.

**«Валерий Меладзе к родам готов!»** (6 декабря 2002 г).

Заметка об ожидающемся пополнении в семье Меладзе.

**«Валерию Леонтьеву предстоит операция»** (6 декабря 2002 г.).

Заметка о готовящейся операции на колене В. Леонтьева.

**«Лолите угрожает маньяк»** (6 декабря 2002 г.).

Заметка о назойливом поклоннике певицы.

**«Из-за любимой Децл ушел из дома»** (6 декабря 2002 г.).

Заметка о том, что певец Децл ушел из родительского дома к любимой девушке.

**«Бельмондо решил жениться!»** (6 декабря 2002 г.).

Заметка о свадьбе Жана-Поля Бельмондо.

В заголовках, в которых называется герой публикации, главное действующее лицо выступает в предложении в роли подлежащего или дополнения.

Заголовок может представить ***цитату или известное выражение***, относящиеся к описываемому событию.

Так, заголовок ***“Из меня лепят монстра!”*** становится понятным после прочтения материала. Но внимательный читатель заметит, что в заголовок вынесены слова Никиты Михалкова из его интервью К.П. за 20 апреля 2001г.

 Другой пример: интервью с актером Царевым опубликовано под заголовком: ***“А чой-то вы тут делаете, а?”*** Оказывается, что эта фраза из фильма “Добро пожаловать, или посторонним вход воспрещен”, в котором снимался Царев, и именно его герою принадлежит эта реплика.

Выбрать заголовок не просто. Написать публикацию – только полдела. Не менее сложная задача – озаглавить написанное. Дело не только в богатстве фантазии автора, но и в его отношении к изложенному материалу.

В заголовке может выражаться ***аналитическая оценка ситуации.***

Подобную работу по отражению в заглавии аналитической оценки изложенному можно проводить в школе при обучении сочинению и некоторым видам изложения. Умение озаглавить текст – важный этап при обучении связной речи, и на этом этапе необходимо научить давать заглавие, связанное не только с темой текста, но и с основной мыслью.

Подобный заголовок до чтения газетного материала подготавливает читателя к восприятию идейного смысла публикации, понимается сразу в определенном ключе. Конечно, чувствуется субъективное мнение автора, его взгляд и отношение к написанному. Идейный смысл такого заголовка воспринимается дважды: 1-ый раз, до знакомства с текстом, читатель воспринимает заглавие, настраивается на определенную информацию, формирует свое отношение к событию.

Повторно возвращается к такому заголовку уже после прочтения текста. Так, заголовок: ***“Офицер отдал квартиру вдове погибшего друга”*** (13 апреля 2001г.) сразу настраивает читателя на положительный отзыв. На уровне синтаксиса и лексики прослеживается отношение к описываемому событию. Предложение повествовательное, т.е. из события не делают сенсацию с восклицательным знаком на конце, когда заголовок воспринимался бы как что-то недопустимое, уникальное. Автор заметки, напротив, хочет показать, что поступок такой пусть не повседневный, но и не уникальный. Это поступок офицера Российской армии и мужчины, потерявшего друга. Удачно подобран глагол – сказуемое. Именно отдал, а не подарил и уж тем более не пожертвовал. Слова “погибшего” и “вдова” носят книжный оттенок, это слова высокого стиля.

В заметке **«За тех, кто всегда начеку»** (20 декабря 2002 г.) о профессиональном празднике сотрудников органов госбезопасности заглавие выражает положительную оценку описываемым событиям и героям публикации.

Таким образом, подобный заголовок информирует читателя о содержании статьи и заставляет читателя рассматривать материал под определенным углом зрения.

Есть заголовки, которые актуализируют ***идею материала.*** Могут содержать элементы, которые логически вытекают из сказанного, но в самом тексте не выражаются вербально.

Например: ***“Нас ждут оранжевая весна и розовое лето”*** (16 марта 2001г.). В статье рассказывается о том, что будет модно весной – летом 2001г. А ожидают нас цветные очки от солнца и цитрусовые, медовые тона в одежде. Отсюда заголовок.

Еще пример: **«Кошки – к любви; собаки – к успешной карьере»** (24 января 2003 г.). В заметке речь идет о том, что у женщин, держащих дома кошек, удачно складывается личная жизнь, а дам, предпочитающих собак ждет успешная карьера. Подобный заголовок логически вытекает из сказанного в заметке и становится понятен после прочтения публикации.

 Часто заголовки актуализируют ***второстепенные эл*е*менты*** текста.

В заголовке **«Жена Малинина изобрела интимное мыло»** (20 апреля 2001г.) на первый план выносится второстепенная деталь. В этой заметке – небольшом интервью с Александром Малининым – лишь вскользь упоминается о новом мыле – изобретении супруги Малинина и о ее диссертации на эту тему.

**«Сергея Безрукова не пустили к бабушке»** (24 января 2003 г.).

В заглавии этой статьи, как и в предыдущей, выносится на первый план второстепенная деталь. В статье, в основном, речь идет о гастролях известного актера Сергея Безрукова и только несколько слов сказано о том, что ему не удалось навестить свою бабушку, проживающую недалеко от города, в котором проходили гастроли.

**«Победители «Стань звездой» дали обет безбрачия»** (13 декабря2002 г.).

В публикации рассказывается о победителях проекта «Стань звездой» и о контракте, который они подписали со своим музыкальным продюсером. Одним из пунктов контракта является обязательство участников группы не вступать в брак. И именно эта деталь выносится в заглавие статьи.

Мы привели примеры однонаправленных заглавий, отражающих один элемент текста.

Следующий тип заголовка – ***комплексные.*** Такой заголовок соотносится с несколькими элементами структурной схемы текста одновременно. Они передают усложненную информацию. Степень их информативности выше, связи этих заглавий с текстом более многообразны, чем предыдущие, что является одним из средств повышения выразительности текста. Комплексные заголовки актуализируют одновременно тему и аналитическую оценку ситуации (в школьной практике в этом случае говорят о теме и основной мысли, одновременно нашедших выражение в заглавии текста). Наиболее простой пример актуализации двухсодержательного компонента текста – когда сам заголовок состоит из 2-х частей, соединенных союзом или: “это или то”. Комплексный заголовок может отражать два смысловых элемента текста, когда он построен на явлении многозначности слова. Такие заголовки встречаются крайне редко.

Обычно в исследованных заглавиях авторы стремятся к краткости и емкости, они лишь называют тему, а чаще лишь заманивают читателя своей яркостью. Пример такого заглавия – **«Резервы мозга, или как помочь своему** **ребенку стать умнее».** (12 декабря 2002 г.). Заметка о возможности повышения интеллекта у людей и о препаратах, повышающих уровень интеллекта.

Анализирует и оценивает ситуацию сам читатель. Авторское мнение прослеживается в тексте.

§2. Вторая классификация заголовков основывается на том, полностью или не полностью отражается в них тот или иной элемент текста. Здесь выделяют заглавия полно и неполноинформативные.

***Полноинформативные*** заглавия могут отражать или тему всего текста, или основную мысль его, или любой тезис, развивающий основную мысль.

Из ста проанализированных заглавий лишь сорок являются полноинформативными.

 С точки зрения синтаксиса полноинформативные заглавия – чаще всего повествовательные и вопросительные предложения. Приблизительно одна четвертая часть полноинформативных заглавий представляет собой вопросительные предложения.

***“Мисс Франции” – на самом деле месье?”*** (27 апреля 2001г.).

Заголовок полностью отражает тему заметки. Вопрос, вынесенный в заглавие – краткое содержание всей заметки о слухах вокруг мисс Франции, которая якобы в прошлом – мужчина, перенесший операцию по изменению пола.

Заголовок ***“Где живет Путин?”*** (17 ноября 2001г.) также отражает тему всей статьи, в которой рассказывается о местожительстве нашего президента.

**«Михалков уезжает в Голливуд?»** (12 декабря 2002 г.).

В заметке рассказывается о предполагаемом отъезде Никиты Михалкова в Голливуд для съемок нового фильма. Заголовок, сформулированный в виде вопросительного предложения, выражает авторские сомнения по поводу предстоящего отъезда.

**«Почему Дмитрия Певцова дразнили Пифом?»** (12 декабря 2002 г.).

Заголовок отражает тему заметки, в которой рассказывается о детстве знаменитого актера Дмитрия Певцова и о происхождении его забавного прозвища Пиф.

**«Физики научились видеть грядущее?»** (12 декабря 2002 г.).

Заметка об опыте астрофизика Пулкова. Вопросительное предложение в заглавии помогает автору занять нейтральную позицию по отношению к изложенным событиям, не утверждать и не опровергать данный факт.

К такому же типу полноинформативных заглавий, сформулированных в виде вопросительных предложений, относятся следующие заглавия:

**«Бесснежная зима уничтожит сады?»** (12 декабря 2002 г.)

**«Через сорок лет у Земли перевернутся полюсы?»** (24 января 2003 г.)

**«НЛО посетили военную базу с дружеским визитом?»**(20декабря 2002 г.)

Две четвертые части полноинформативных заголовков представляют собой повествовательные предложения. Такие заголовки сразу называют тему статьи и являются кратким изложением ее содержания.

Например:

***“Мир узнает имя нового президента США”*** (17 ноября 2000г.)

***“Энергетики пропили 30 км. проводов”*** (27 апреля 2001г.)

 ***“На Украине сняли премьера”*** (27 апреля 2001г.)

 **«Ревнивец откусил нос молодожену»** (24 января 2003 г.)

**«В Ватикане издан толковый словарь о сексе»** (24 января 2003 г.)

 **«Секрет китайского фарфора разгадан в Челябинске»** (12 декабря
2002 г.)

**«Машина времени будет создана через десять лет»** (7 февраля 2003 г.)

Заглавия, сформулированные как повествовательные предложения, четко определяют тему статьи и не дают эмоционально-экспрессивной оценки.

Полноинформативных заглавий в форме восклицательного предложения – одна четвертая часть, как и заглавий в форме вопросительного предложения. Восклицательные предложения эмоциональны.

 Очевидно, эмоции настолько переполняют автора, что по заголовку трудно сразу понять, о чем говорится в публикации.

Это такие заглавия: ***“Влюбленные погуляли со скоростью 1000 км/ч”*** (20 апреля 2001г.) и ***“Рядом с моей Надей Лолита отдыхает”*** (16 марта 2001г.).

В первом случае, конечно, не сразу понятно, как удалось влюбленным развить такую скорость, но заголовок называет факт (заметка рассказывает о том, как ухаживал за возлюбленной военный летчик). Возможности ухажера не ограничивались мотоциклом, и он прокатил девушку на … истребителе со скоростью 1000 км. в час.

Во втором случае на развороте газеты в глаза бросается не только заголовок, но и фотография Нади Михалковой. Поэтому ясно, что статья расскажет о знаменитой дочке Никиты Михалкова. Чем же превзошла Надя Михалкова набоковскую героиню, все же неясно, даже после прочтения всей статьи.

**«У Ягудина девушки пока нет!»** (12 декабря 2002 г.).

**«Русская девочка завоевала титул «Мисс Германия» и сердце главного спонсора»** (24 января 2003 г.).

**«Такси только для женщин!»** (7 февраля 2003 г.).

Заметка о появившемся в Башкирии такси, услугами которого могут пользоваться только женщины.

**«Эпидемия началась!»** (7 февраля 2003 г.).

Заметка об эпидемии гриппа.

**«В Якутии решили клонировать мамонта!»** (6 декабря 2002 г.).

Заглавие – восклицательное предложение сразу бросается в глаза читателю, имеет налет сенсационности и отражает субъективную оценку автора.

Заголовок может выражать не весь тезис, лишь одну его часть – логическую тему, иногда в таком названии присутствует только сигнал о предмете речи или его признаке. В таком случае заголовок называется ***неполноинформативным (пунктирным).*** Информативность пунктирного заголовка ниже, чем полноинформативного, но зато они дают больше возможности для привлечения читательского внимания. Структурной особенностью пунктирных заглавий является то, что все они представляют часть предложений. Это уже упомянутый ранее заголовок ***“Уроды Чернобыля”, “Из меня лепят монстра”, “Выйти замуж за миллионера”.*** Такие заголовки становятся понятными лишь после прочтения всего текста. В первом случае заголовок лишь обозначает логическую тему – Чернобыль и его последствия; “Из меня лепят монстра” – цитата из интервью Никиты Михалкова, информации такая фраза несет мало, зато привлекает читателя. “Выйти замуж за миллионера” – сигнал о предмете речи: миллионерах и замужестве.

К таким же заголовкам относятся:

**«Святая Мария покарала»** (24 января 2003 г.).

Смысл заголовка этой статьи становится понятен после прочтения. Заметка рассказывает о том, как женщина убила иконой своего сожителя.

**«Хусейна поджарят в микроволновке»** (24 января 2003 г.).

Загадочный заголовок обретает смысл после прочтения заметки, в которой рассказывается об испытании нового оружия в Ираке.

**«Американских солдат отучат спать»** (24 января 2003 г.).

Заметка о новом препарате, который позволит военнослужащим обходиться без сна до семи суток.

Таким образом, заголовок неотъемлемая часть текста, отражающая различные элементы текста, связанная с нами вербально и невербально, полностью или неполностью отражающая элементы текста.

# Глава II. Заголовок как самостоятельная речевая единица.

Мы рассмотрели заголовок в его связи с текстом, как полноправный компонент текста. Но с другой стороны заголовок воспринимается как речевой элемент, находящийся вне текста. Заголовок стоит над текстом, отделяется от него определенным пространством, это позволяет ему функционировать в качестве самодостаточной речевой единицы.

Как самостоятельная речевая единица заголовок может восприниматься как оценка.

Оценка – передача субъективного плана речи. Субъективный план создается с помощью эмоционально-выразительных средств. Экспрессия выражается не только лексическими и фонетическими средствами, но и чисто грамматическими.

Язык наш – дитя времени: он фиксирует в семантике слова наше отношение к явлению, им названному. Это отношение может закрепляться за словом независимо от контекста на некоторое время или даже навсегда. Так, например, определение «импортный» десятилетиями обозначало не столько товар, привезенный из-за рубежа, сколько качественный товар, в отличии от отечественного, мягко говоря некачественного. Кроме того, отношение к явлению может обнаруживать себя в определенной языковой ситуации.

Понятийное значение, зафиксированное словарями, обрастает многочисленными коннотациями – добавочными, смысловыми и оценочными оттенками, которые далеко не всегда бывают отражены в словарях, но которые безошибочно узнаются всеми носителями данной речевой культуры.

**«Кремлевская диета»** (16 марта 2001 г.).

Слово «кремлевская» по смысловым ассоциациям синонимчно слову «хорошая».

***“Бесчастных – это голова”*** (27 апреля 2001г.). Значение оценки выражается самостоятельными предложениями. Оценивается предмет, лицо (в данном случае футболист Владимир Бесчастных), оценка выражена существительным голова.

Оценочные высказывания связаны со сферой человеческих чувств, а главная особенность чувств – их смутность. Именно поэтому в качестве оценок часто выступают гиперболы разного рода, метафоры, которые хорошо выражают субъективное отношение говорящего (пишущего) к предмету речи. Свойства лежащие в основе метафоры, наполнены внеязыковыми ассоциациями разговорной речи, которая отражает эмоциональную реакцию человека. Гипербола дает экспрессивное усиление, преувеличивает истинные размеры предметов, свойств ситуации, тем самым в речи создается оценочность.

Оценивая ситуацию, заголовок формирует у читателя определенное отношение к событию. Заголовок воздействует на читателя, убеждает его через факты (представленные в заглавии) и через авторскую оценку этих фактов. Заголовок формирует у людей правильное отношение к общественной жизни и конкретным делам, актуализирует проблемы современности, представляющие интерес для общества (политические, экономические, философические, нравственные, вопросы культуры и т.д.), оказывая свое воздействие на читателя, заголовок не только ориентирует в этих событиях, но и стремится повлиять на мнение читателя. В подходе к заглавиям в их отборе и оценке всегда обнаруживается нравственная позиция автора, которая привносит в высказывания эмоциональный элемент.

# Глава III. Средства выразительности в заголовках.

Для создания выразительности в заголовках можно использовать практически любое языковое средство, но заголовок должен быть уместен, экспрессивен. Заголовок может быть страстным и призывным, формировать у читателей определенное отношение к публикации.

Одним из средств создания выразительности можно назвать выбор авторами в заголовок предложений, различных по цепи высказывания, т.е. вопросительных, повествовательных, побудительных, а также различных по эмоциональной окрашенности.

***Вопросительные предложения*** служат собственно вопросом – размышлением, подчеркивают нужную мысль, выражают предположение, не слишком корректное под час “Вероника Кастро украла сына в роддоме?” (17 ноября 2001г.). “Кристина Орбакайте все же любит Володю Преснякова?” (20 апреля 2011г.).

***Восклицательные предложения*** могут выражать в публицистической речи: оценку (презрение, иронию, сожаление, веру, восхищение) побуждение к действию ***“Не рви цветов и не дари букет!”*** (заметка о подарках к 8 марта (16 марта 2001г.)), непосредственный эмоциональный отдых ***“Рядом с моей Надей Лолита отдыхает!”***  (16 марта 2001г.).

Нет, пожалуй, ни одного издания, обращенного к более или менее широкой читательской аудитории, на страницах которого не мелькали бы пословицы и поговорки. И не случайно: выступая в роли общеизвестных истин, заключенных в отточенную веками образную форму, они подпитывают нашу мысль, дисциплинируют логику суждений, помогают более глубоко высветить новое в старом опыте народа.

Они могут быть категоричными, философски-меланхоличными, утешительными или горькими. Но чаще всего, иронизируя и усмехаясь, они бьют не в бровь, а прямо в глаз, что и делает сегодня пословицы и поговорки особенно ценным выразительным средством журналистики. Само собой при условии, что этим средством пользуются умело и в достойных целях.

Прежде всего, журналисты, как правило, употребляют пословицы и поговорки, авторизованно переиначивают их по своей надобности и так и эдак.

Авторские изменения, вносимые в значение и форму пословиц разнообразны. По научному их называют «стилистическими приемами использования устойчивых выражений в художественно-публицистической речи». Несмотря на разнообразие, все приемы вращаются вокруг того образа, который лежит в основе устойчивого выражения. Непреложным условием использования пословицы или другого устойчивого оборота является заповедь: перефразируй, но не разрушай образ. И, следуя этой заповеди, авторы добиваются своей цели – точно и емко определить и оценить явление.

Есть и другой прием – продолжение пословицы и наращение ее смысла с помощью попутного замечания. Например:

«**Из песни слов не выкинешь. Зато можно выкинуть музыку»** (16 марта 2001 г.).

Иногда текст заголовка полностью отличается от текста пословицы, но сохраняется пословичный способ выражения мысли.

**« Лучше быть богатым и любимым, чем бедным и постылым»** (16 марта 2001 г.).

Часто проза уже не может выразить всех авторских эмоций. Заголовки представляют ***срифмованные строчки.***

***“Боец храни отчизну нашу за 30 руб., трусы и кашу!”*** (27 апреля 2001г.).

Заметка об армии.

***“Хоронили - веселились, протрезвели – прослезились”*** (20 апреля 2001г.).

Заметка о курьезном случае в морге в г. Кадуе.

**«Им в избы незачем входить – медали призваны копить!»** (16 марта 2001 г.)

Емко и выразительно звучит ***переделанный лозунг, известное выражение, стихи.***

***“Отсидим пятилетку в три года! ”*** (13 апреля 2001г.).

Переделан хорошо известный в советские времена лозунг: “Даешь пятилетку в три года!”

**«Вот нечто пролетело и – ага».** (17 ноября 2000 г.).

Переделана строчка из песни: « Вот пуля пролетела и – ага».

***“Я инглиш бы выучил только за то, что им разговаривал Ленон!”*** (27 апреля 2001г.).

Переделана строчка из стихотворения Маяковского: “Я русский бы выучил только за то, что им разговаривал Ленин”.

**«Болтун – находка для анархиста»** (16 марта 2001 г.).

Переделано известное выражение: «Болтун – находка для шпионов».

**«Кто сказал, что бабы дуры?»** (16 марта 2001 г.).

Обыгрывается известная фраза: «Бабы – дуры».

Среди лексических средств выразительности широко распространено использование многозначных слов.

***“Злокачественное образование”*** (20 апреля 2001г.).

Заголовок становится понятен после прочтения. Слово образование может восприниматься в значении: то, что образуется из чего-нибудь, после прочтения статьи становится ясно, что речь идет об обучении, совокупности знаний.

Заголовок может отличаться некоторой двусмысленностью, если слово употребляется в переносном значении.

***“Буш сделал обрезание фильмами”*** (27 апреля 2001г.).

Заметка о просьбе Буша вырезать постельные сцены из фильмов видеотеки его самолета. Слово “обрезание” в толковом словаре Ожегова имеет следующие лексическое значение: религиозный обряд у евреев и некоторых других народов, состоящий в удалении крайней плоти мужского члена у мальчиков.

**«Этот «эшелон» под откос не пустишь!»** (27 апреля 2001 г.).

Слово «эшелон» использовано не в обычном своем лексическом значении. Речь идет о глобальной системе подслушивания «Эшелон».

Как средство выразительности может использоваться – метафоричность слов:

 ***“В золотой семье – золотая свадьба”*** (16 марта 2001г.).

“Золотая семья” – семья чемпионов мира по спортивной гимнастике Муратовых.

В заголовках могут встречаться слова с низкой стилистической окраской:

**«Как из оболтуса сделать звезду?»** (13 апреля 2001 г.).

Выразительность может основываться на неясности, совместимости несовместного:

“***Что носить, когда сняли одежду?”*** (16 марта 2001г).

Заметка об искусстве рисунка по телу.

Часто в заглавии используются устойчивые выражения – фразеологизмы:

**«Путин в Брунее носом не клевал»** (17 ноября 2000 г.)**.**

Используется фразеологизм «клевать носом».

**«В Лужниках наломали дров на 50 тысяч долларов»** (13 апреля 2001 г.).

Обыгрывается устойчивое выражение «наломать дров».

**«Каковы наши шансы не ударить в лед лицом?»** (27 апреля 2001г.).

Заметка о хоккее в России, используется фразеологизм «не ударить в грязь лицом».

Игра слов основана на противопоставлении, сопоставлении и объединении содержания слов с разным смыслом, но одинаковым произношением.

Кто-то из умных людей мудро назвал игру слов низшей формой проявления комического, очевидно, имея в виду первородную бесхитростность, понятность и безобидность. В руках мастера этот прием превращается в игру смыслами, обогащающими наше представление о человеке, предмете, явлении.

Например: ***“Старая лянча колеи не испортит”*** (13 апреля 2001г.).

 Заметка о машинах. Игра слов лянча-кляча, переделана пословица: старая кляча колеи не испортит. Лянча – марка машины.

Таким образом, авторская фантазия не ограничена. В заголовках могут использоваться самые разные средства выразительности на уровне фонетики, морфологии, лексики, синтаксиса. Эти средства могут сочетаться, использоваться одновременно, прекрасно дополнять друг друга.

# Глава IV. Дезориентирующие заголовки.

Заметим все же, что не все средства хороши. Иногда стремление любой ценой потрясти воображение современного читателя побуждает авторов газетных заголовков прибегать к приемам далеко не корректным и часто не совсем этичным.

Предположим, вы просматриваете свежие газеты и видите заголовок:

**«Жванецкого спустили с лестницы»** (17 ноября 2000 г.).

Немедленно ознакомившись с содержанием обещающей сенсацию заметки, вы убеждаетесь, что речь идет вовсе не об угрозе безопасности известного артиста, а о Кукле, которую коллеги Жванецкого назвали в его честь.

Газетный заголовок, который вводит читателя в заблуждение относительно содержания текста, логично назвать дезориентирующим.

Подчасов А.В.[[2]](#footnote-2)\* предлагает выделять несколько разновидностей таких заголовков:

1.Заголовки, предсказуемость которых сведена к минимуму. Например:

**«Служба спасения не дала Шендеровичу погибнуть»** (10 ноября 2002 г.).

Неудивительно, что такой заголовок сразу привлечет к себе внимание. Многие, правда, будут озадачены, узнав, что речь идет о предновогоднем шоу «Кто хочет стать миллионером!», входе которого Шендерович несколько раз звонил в Службу спасения города Москвы с целью воспользоваться подсказками дам-операторов этой службы.

Жуткий пример: **«Как расчленить соседей?»** (23 января 2000 г.).

Еще до прочтения текста мы понимаем, что слово «расчленить» вряд ли употреблено в заголовке в прямом смысле. И все же многие удивятся, когда узнают, что автор подразумевал, как расселить соседей, а публикация посвящена проекту закона «О приватизации жилых помещений в квартирах коммунального заселения в городе Москве».

Обратим внимание на то, что заголовки, объединенные нами в эту группу, связаны не столько с текстом, сколько с подтекстом статей, а еще чаще – с внетекстовой ситуацией. К сожалению, на страницах газет такие заголовки стали привычным явлением.

2. Заголовок, представляющий собой один из тезисов публикации. При этом автору совсем не неважно, что заголовочный тезис не отражает идеи текста, а порой опровергается в нем. Существенно лишь то, что он выразительный, интригующий, а потому успешно «продает» газету. Например:

***“НТВ на новый год будет раздавать жуков”.***

Покопавшись в тексте, посвященному подготовке к новогодней трансляции на телеканале НТВ, мы находим наконец объяснение заголовка: “НТВ во всю будет раздавать подарки, самый большой из них “Фольксваген-Жук”. Но, во-первых: речь идет об автомобиле в единственном числе, а второе: разве об этом текст? Ведь главное в нем – содержание новогодних передач. К сожалению, заголовок сообщил читателю лишь о том, что больше всего поразило воображение журналиста.

1. Заголовок представляет собой прямое искажение, подтасовку фактов, содержащихся в тексте.

***«Кто посадил брата Раисы Максимовны Горбачевой в психушку?»*** (13 апреля 2001г.).

Текст не только не отвечает на поставленный вопрос, но и делает этот вопрос неуместным. Т.к. никто родственника экс-президента СССР в сумасшедший дом не помещал. Евгений Максимович злоупотреблял алкоголем и как следствие попал в психлечебницу.

**«Дзержинский убил свою сестру, а потом утопил Россию в крови»**  (24 декабря 2000 г.).

Спешим заверить вас, что это заявление звучит в тексте далеко не так категорично и определенно.

Автор упоминает мнение некоторых земляков Дзержинского, уверенных в том, что именно Феликс застрелил из ружья сестру Ванду. Однако другие убеждены в его непричастности к этому несчастному случаю. Так смотритель музея Дзержинского Михаил Грибов в ответ на просьбу прокомментировать слухи отвечает: «Это старые уже люди. Кому девяносто, а кому и под сто. Говорят ерунду всякую».

1. Дефектные заголовки. Смысл заголовков остается загадкой и после прочтения. В некоторых случаях мы можем высказать предположение, но полной уверенности на счет содержания такого заголовка быть не может: ***«Молилась ли ты на ночь, Ряба?”*** (16 марта 2001г.) – заметка о рекламе.

А что же заголовок? О его отношении к материалу можно только догадываться.

Необычайную популярность дезориентирующих заглавий у газетчиков Ф.Д. Хадсон[[3]](#footnote-3)\* объясняет стремлением журналистов во что бы то ни стало сделать заголовок интересным для читателя, даже если им нечего сказать последнему. Действительно, дезориентирующий заголовок встречается чаще всего с “проходной” ничего интересного собой не представляющего материалом.

 Серьезной причиной распространения заголовков, содержащих дезинформацию, является безответственность и недальновидность журналистов, не понимающих, что риск потерять читательское доверие никогда не бывает оправданным.

# Глава V. Работа над заголовком на уроках русского языка в школе.

В школе работа над заголовком ведется преимущественно на уроках развития речи, где главной задачей учителя является формирование у школьников всего комплекса речевых умений. От знакомства с определенными речевыми понятиями учащиеся идут к свободному использованию приобретенных умений в речевой практике. Как правило, это проявляется в создании своего текста. Знание каких речеведческих понятий необходимо для этого? Прежде всего, необходимо знать признаки текста.

 Рассмотрим признаки текста, которые следует считать необходимыми и достаточными для раскрытия этого понятия в школе:

1. **Членимость текста.** Текст состоит из нескольких предложений. Одно предложение, даже очень распространенное, сложное, которое, безусловно, является произведением речи, мы тем не менее текстом не назовем. Вот, например, описание охоты у С. Т. Аксакова.

*Я любил все в охоте: как собака, почуяв след перепелки, начнет горячиться, мотать хвостом, фыркать, прижимая нос к самой земле; как, по мере того как она подбирается к птице, горячность ее час от часу увеличивается; как охотник, подняв на правой руке ястреба, а левою рукою удерживая на сворке горячую собаку, подсвистывая, горячась сам, почти бежит за ней; как вдруг собака, иногда искривясь набок, загнув нос в сторону, как будто каменеет на месте; как охотник кричит запальчиво «пиль, пиль» и, наконец, толкает собаку ногой; как бог знает откуда из-под самого носа с шумом и чоканьем вырывается перепелка – и уже догоняет ее с распущенными когтями жадный ястреб, и уже догнал, схватил, пронесся несколько сажен, и опускается с добычею в траву или жниву, – на это, пожалуй, всякий посмотрит с удовольствием.*

Конечно, это вполне завершенное высказывание, произведение речи, но это не текст, а предложение: его части сочетаются по законам связи сложного предложения, а не текста. Его нельзя расчленить на самостоятельные предложения, нельзя использовать для наблюдения над закономерностями связи предложений в тексте.

Таким образом, первое, что должны усвоить учащиеся, овладевая понятием текста, – это то, что текст состоит из двух или нескольких предложений.

1. **Смысловая цельность текста.** Текст, как известно, – результат речевой деятельности. Речевая деятельность, как и любая другая деятельность человека, имеет мотив и цель. Мотивом и целью определяется предмет речи. Так как предметом речи является тот или иной фрагмент действительности (общественное событие, явление природы, человек, его внешний облик и внутренний мир, предметы неживой природы с их разнообразными признаками, животный и растительный мир и пр.), мы можем утверждать, что в смысловой цельности текста отражаются те связи и зависимости, которые имеются в самой действительности.

### Единство предмета речи – это тема высказывания. Понятие «содержание высказывания» связано с категорией информативности речи. Считая ее основной текстовой категорией, И.Р. Гальперин подчеркивает, что она присуща только тексту, и предлагает различать, по крайней мере, два вида информации: содержательно-фактуальную и содержательно-концептуальную. «Содержательно-фактуальная информация (СФИ) содержит сообщение о фактах, событиях, процессах, происходящих, происходивших, которые будут происходить в окружающем нас мире, действительном или воображаемом. Содержательно-концептуальная информация (СКИ) сообщает читателю индивидуально авторское понимание отношений между явлениями, описанных средствами СФИ, понимание их причинно-следственных связей, их значимости в социальной, экономической, политической, культурной жизни народа. Такая информация извлекается из всего произведения. СКИ – это замысел автора плюс его содержательная интерпретация».

Эти две разновидности информации – о чем говорится и что говорится – в школе называют темой и основной мыслью текста.

Для достижения смысловой цельности текста понятие не менее важно, чем понятие темы. Текст приобретает смысловую цельность лишь в том случае, если, сообщая что-либо о предмете речи, мы подчиняем отбор материала задаче передать основную мысль высказывания. Другими словами, не только тема, но и основная мысль объединяют предложения текста и придают ему смысловую цельность.

Говоря о смысловой цельности текста, в частности о единстве темы, следует учитывать объем высказывания. В тексте большого объема в целом речевом произведении предметное единство проявляется в виде иерархии тем. В нем ведущая тема распадается на ряд составляющих подтем, подтемы членятся на более дробные, вплоть до микротем. Микротема считается минимальной единицей речевого смысла. В тексте ей обычно соответствует абзац, который на уровне смыслового анализа далее не членится.

Со смысловой цельностью текста тесно связано понятие завершенности высказывания. Текст считается завершенным, если, с точки зрения автора, его замысел получил исчерпывающее выражение. Такой текст в правильно оформленном виде имеет начало и конец.

Применительно к части целого текста, например абзацу, лучше говорить не о завершенности высказывания, а о его относительной автономности, так как в нем выражен относительно законченный речевой смысл, раскрыта лишь микротема.

Абзац, состоящий из нескольких предложений, обычно имеет свое начало – тематическое предложение, или абзацную фразу, и конец – концовку или разрыв в цепочке связанных по смыслу формально предложений, который в устной речи передается интонацией законченности и более длинной паузой.

Показателем законченности текста или его относительной автономности является также возможность подобрать к нему заголовок, отражающий его содержание. В заголовке может быть обозначена тема или основная мысль высказывания.

Таким образом, из такой сущностной характеристики текста как смысловая цельность, вытекают следующие признаки текста:

* текст – это высказывание на определенную тему;
* в тексте реализуется замысел говорящего (основная мысль);
* текст любого размера – это относительно автономное (законченное) высказывание;
* к тексту можно подобрать заголовок, передающий тему или основную мысль высказывания;
* правильно оформленный текст обычно имеет начало и конец.

В школе работа над смысловой цельностью текста проводится на уроках литературы и на уроках русского языка. Центральное место в этой системе обучения связной речи занимает работа над темой и основной мыслью высказывания. Формируются умения определять тему и основную мысль готового текста, членить тему на подтемы и микротемы, составлять план текста, подбирать заголовок, отражающий тему или основную мысль текста.

1. **Связность текста.** Связность – это третья существенная характеристика текста, соотносительная с таким его признаком, как членимость. Действительно, о связности мы говорим лишь тогда, когда имеем дело со сложным объектом, состоящим из нескольких компонентов.

В школе работа над членимостью и связностью текста проводится в основном на семантическом уровне: формируются умения членить текст на части, соответствующие подтемам и микротемам высказывания, составлять план текста, устанавливать смысловые связи между абзацами, находить языковые средства связи фрагментов текста.

Таким образом, заглавие тесно связано с такими признаками текста, как членимость, связность и смысловая цельность. Заголовок – показатель законченности текста. В заголовке может быть выражена основная мысль высказывания. Умение озаглавливать законченное произведение речи помогает, как мы увидим в дальнейшем, в составлении плана текста.

В школьной практике работа над заглавием текста начинается на уроках русского языка еще в начальной школе. Задание – озаглавить текст – очень распространенное и встречается не только на специальных уроках развития речи, но и на уроках других типов. Работа над заглавием тесно связана со всей работой по обучению учащихся связной речи: с работой над типами речи, строением текста, его темой, основной мыслью, стилистической принадлежностью. Для младших школьников задание “озаглавить текст” служит, прежде всего, средством пояснения смысла текста, проверкой осмысления прочитанного. На этом этапе важно соответствие заглавия содержанию (задание «озаглавить отрывок словами автора» считается в методике аналитическим, а задание «озаглавить текст» – аналитико-синтетическим). Рассмотрим примеры заданий, предлагаемых учебным пособием «Русская речь» Никитиной. Эта книга по развитию речи является неотъемлемой частью учебного комплекса по русскому языку для 5-9 классов, хорошо зарекомендовавшего себя в школе. Учебник «Русская речь» выполняет особую роль в составе комплекса. Его задача – помочь ученику в овладении устной и письменной речью. Он учит вести беседу, составлять планы к творческим работам, писать изложения и сочинения на свободную тему, по картине, отзывы и рецензии, уметь видеть образные средства языка и использовать их в своей речи . Обучаясь различным видам речевой деятельности, школьник учатся ставить перед собой и решать ряд вопросов: о выборе стиля речи и вытекающих из этого требованиях к создаваемому тексту, о типе речи и соответствующем отборе сведений и языковых средств, об организации текста данного типового значения, о способах развития в нем мысли, о связи отдельных частей текста и т. д.

Варианты заданий:

* Из данных предложений составьте текст. Озаглавьте его и запишите.
* Подумайте, почему автор озаглавил текст так, а не иначе?
* Прочитайте текст. Найдите в нем слова, которыми его можно озаглавить. Свой выбор обоснуйте. Предложите другие варианты заглавия*.*

*Я брожу по дорожкам зоологического сада. В клетке – великолепный огромный тигр. Рядом с ним небольшая белая собачка – фокстерьер. Она выкормила этого тигра. И теперь, на правах матери, находится с ним в одной клетке.*

*Тигр дружелюбно поглядывает на нее. Изумительное зрелище!*

\* Прочитайте миниатюру М. М. Пришвина, затем спишите ее. Озаглавьте текст словами автора.

 В 5 классе учащихся знакомят с тем, что заглавие может быть связано с темой или основной мыслью текста. Вот примеры заданий, которые предлагает для отработки этих понятий учебник «Русская речь 5-7 кл.» Никитиной:

* Прочитайте сочинение ученицы. Назовите тему этого сочинения.

*Кони в золоте лучей*

*Летом мы со старшим братом были у бабушки в деревне. Брат в прошлом году окончил техническое училище и теперь работает на заводе. Осенью он пойдет в армию, а потом будет учиться в институте.*

*Однажды на рассвете мы отправились на рыбалку. Пришли на место. Закинули удочки. Но я смотрел не на поплавок, а на то, как у другого берега ребята купали лошадей. Искупали, сели на них верхом и поскакали по крутому брегу реки. В это время появилось солнце! Было так прекрасно: кони в золотых лучах солнца!*

*Они скакали, едва касаясь копытами земли. Их хвосты и гривы развевались на ветру и казались золотыми…*

*Несколько минут я стоял как завороженный, хотя кони были уже далеко.*

*Клев в то утро был отменный. Бабушка нашим уловом была довольна.*

Как вы думаете, удачно ли озаглавлено сочинение?

Укажите в тексте такие предложения, которые не помогают раскрытию его темы.

* Напишите сочинение об одном из летних происшествий.

Найдите в учебнике примеры сочинений ребят на эту тему, внимательно прочитайте их, подумайте, удачно ли они озаглавлены.

Подберите для своего сочинения заглавие, которое отражало бы его тему.

* Прочитайте заглавия заметок. Подумайте, какие из них отражают тему, какие основную мысль?
1. *Конкурс юных пианистов.*
2. *Спорт учит мужеству.*
3. *Мы на выставку идем.*
4. *Бросьте, мальчики, рогатки!*
5. *Улетели птицы за море.*
6. *Пожалейте рябину!*

В общем виде эти задания можно представить таким образом:

* + Прочитайте текст. Как вы думаете, что отражает заглавие: тему или основную мысль?
	+ Прочитайте текст. Озаглавьте его так, чтобы заглавие отражало тему (основную мысль) текста.
	+ Из приведенных ниже заглавий выберете те, в которых отражена основная мысль текста и т.п.

На этом этапе учителю целесообразно обратить внимание учащихся на заголовки, не просто выражающие основную мысль текста, но и включающие оценку написанного. Можно предложить:

1. найти тексты с подобными заголовками;
2. изменить уже существующий заголовок таким образом, чтобы в нем прозвучала оценка;
3. придумать, предложить для своего сочинения заглавие, содержащее оценку.

Работа с заголовком ведется при обучении учащихся умению делить текст на абзацы и составлять план. Пятиклассникам необходимо освоить, во-первых, выделение микротем и членение текста на абзацы; во-вторых, обозначение их при письме красной строкой. Одновременно с этим нужно учить озаглавливать части текста, исходя из подтемы или главной мысли. Такая работа – это основа обучения составлению плана высказывания. Кроме того, учащихся следует тренировать в развитии мысли, выраженной в зачине, в связи частей текста. Это поможет предупредить такие распространенные речевые недочеты, как отсутствие второй части абзаца, разработки (заявка на мысль сделана, а раскрытия нет); несоответствие зачина и основной части абзаца; отсутствие связи между абзацами или неудачное ее оформление. Вот несколько примеров упражнений, направленных на решение этих задач:

* Определите тему текста. Понаблюдайте, из каких отдельных зарисовок складывается общая картина осени. Выделите микротемы, озаглавьте части текста. Запишите план.

*Осень пришла и завладела землей. Все сразу стало осенним. В саду суетились синицы. Крик их был похож на звон разбитого стекла. Они висели вниз головами на ветках и заглядывали в окно из-под листьев клена. Каждое утро в саду, как на острове, собирались перелетные птицы. Под свист, клекот и карканье в ветвях поднималась суматоха. Только днем в саду было тихо: беспокойные птицы улетали на юг. Начался листопад. Листья падали дни и ночи. Они то косо летели по ветру, то отвесно ложились в сырую траву. Леса моросили дождем облетевшей листвы.*

 *( По К. Паустовскому.)*

* Озаглавьте текст так, чтобы в названии отражалась его тема.

Выделите абзацы, озаглавьте каждый из них, установите строение. Запишите составленный план и подготовьтесь к письменному выборочному изложению части о слепом дожде. Найдите в этом абзаце начало, разработку микротемы, концовку.

*Ночью дождь приходит неслышно. Он одевает стены, крыши, огороды дремотным влажным шелестом. Сквозь раскрытые окна доносится мокрый запах смородины. Утренний дождь всегда бывает неожиданным. Его никто не ждет, даже если долго стояла жара. Он приходит с грозой откуда-то из-за леса. Его несет удивительно черная туча. Жестокие редкие молнии бьют сокрушительно, и долго после каждой из них ходит по оврагам гул. Вечерами дожди идут низко, ровными длинными косами. Теперь только к полночи пробьются в небе звезды, и прохладно засияют в их мерцании мокрые травы и рощи. Но всех реже и всех необыкновенней так называемый слепой дождь. Он случается перед концом дня, когда небольшая туча над головой, а солнце уже спешит к горизонту. Капли и струи налиты светом и счастливым сиянием. Словно и самому дождю радостно, что он пришел без мглы, такой веселый.*

При последующем обучении связной речи особое внимание уделяется следующим моментам:

* + соответствие заголовка содержанию;
	+ выразительность заголовка.

 Практически не ведется в школе работы над структурой заголовка и языковыми средствами выразительности, использованными в нем. Хотя именно структуру заголовка и средства выразительности можно использовать на уроках русского языка, посвященных почти всех разделов языка: синтаксиса, лексикологии, фонетики, словообразования. Так, например, при изучении в разделе “Синтаксис” темы “Виды предложений по цели высказывания” можно предложить учащимся подобрать тексты, заглавиями которых являются разные по цели высказывания предложения, и понаблюдать, с какой целью авторы используют в заглавиях повествовательные, восклицательные или вопросительные предложения.

Примерное задание: Прочитайте текст. Сформулируйте основную мысль. Почему заголовок дан в форме вопросительного предложения?

*Мелочи жизни?*

*Есть люди, о которых говорят: “Это человек слова!” Значит, на такого человека можно положиться – он выполнит свое обещание без напоминания.*

*Вы обещали позвонить по телефону товарищу и не позвонили – забыли. Вы* *опоздали на свидание, на деловую встречу, а то и вовсе не пришли, сославшись потом на нездоровье или на другую причину. Вас попросили опустить по пути письмо в почтовый ящик, а вы протаскали его в кармане всю неделю.*

*Мы довольно часто совершаем такие мелкие “предательства”, не придавая им большого значения, не замечая их и прощая друг другу. Эта небрежность в человеческих отношениях вошла у многих в привычку.*

*“В конце концов, не на этом строятся отношения между людьми!” – думают некоторые. И ошибаются. Они просто не понимают, насколько легче жить людям организованным, обязательным.*

*Как же стать таким человеком? Здесь трудно дать рецепт, но многое, по-моему, зависит от самовоспитания.*

 *С юных лет надо научится заставлять себя делать не только то, что хочется, а и то, что надо. Не откладывать на завтра то, что можно сделать сегодня, сейчас.*

*(С. Михалков «Все начинается с детства»).*

Подобное задание помогает учителю решить сразу несколько задач, учебных и воспитательных. Делается вывод, что заглавие в форме вопросительного предложения настраивает читателя на размышления, заставляет задуматься над проблемой, в данном случае проблемой нравственного порядка.

При изучении темы «Виды предложений по цели высказывания» можно также использовать такие задания:

* Найдите в детской газете или журнале статьи, озаглавленные вопросительным предложением. Чем привлекает нас такой заголовок? Как вы думаете, что он отражает: тему или основную мысль статьи?
* Найдите в детской газете или журнале статьи, озаглавленные в форме восклицательных предложений. Что он отражает: тему или основную мысль статьи? Какими средствами привлекает он читателя?

Большие возможности в работе над выразительностью заглавия открываются при изучении лексикологии. Следует обратить внимание учащихся на использование в заглавиях слов антонимов, слов с переносным значением, омонимов, фразеологизмов. Можно использовать такие примерные задания:

* Подобрать газетные заголовки, в которых использован фразеологизм. Объяснить использование фразеологизма в заглавии.
* Подобрать заголовки, в которых слова употреблены в переносном значении.

С понятием переносного значения слова тесно связаны такие средства выразительности, как метафора и метонимия. Метафора и метонимия часто встречаются в газетных заголовках и могут быть использованы на уроках как иллюстративный языковой материал.

При изучении словообразования учащиеся узнают, что стилистическую или эмоциональную окрашенность в слово часто приносят отдельные словообразовательные элементы. Эти сведения тоже можно использовать в работе с заголовками. Вот пример задания учебника:

* Прочитайте текст«Осеннее котяро», перескажите его.

Подумайте, почему автор озаглавил текст именно так, а не иначе?

С чем сравнивает себя кот? Почему?

Найдите в тексте слова, близкие по смыслу.

Помимо этих заданий предложим учащимся определить, что дает названию текста использование суффикса яр.

Предложим еще такие варианты заданий:

* Найдите примеры текстов, в заглавии которых есть уменьшительно- ласкательные суффиксы. Как при помощи суффиксов выражается отношение автора к происходящему?
* Предложите свои примеры заглавий, в которых можно было бы использовать уменьшительно-ласкательные суффиксы.

Работу над выразительностью заголовков можно существенно расширить за счет включения в урочный материал текстов из газетных статей.

Задания с использованием материалов периодической печати есть и в учебном пособии «Русская речь», например:

* Найдите в детской газете или журнале статью или заметку, основная мысль которой отражена в ее заглавии. Подумайте, к чему призывает (или в чем убеждает) вас автор.

В заголовках газетных статей очень часто используются пословицы и поговорки. Они, как правило, кратко и выразительно формулируют основную мысль высказывания. Можно предложить учащимся такие задания:

* Найдите в детской газете или журнале статью, заглавие которой сформулировано в виде пословицы или поговорки. Что отражает такое заглавие: тему или основную мысль статьи?

 Как правило, заметки газет и журналов дают живой и богатый языковый материал для урока, помогают в обучении учащихся связной речи, в решении на современном материале многих воспитательных задач. Конечно, при отборе такого материала учитель не должен забывать о соответствии содержания возрастным особенностям учащихся и о качественном языковом оформлении текста.

# Заключение.

Итак, подведем итоги. Заголовок дает первоначальную информацию о тексте, он связан с тем или иным содержательным элементом (основной мыслью, тезисом, образом героя). Информативные возможности заголовка достаточно велики.

 Заголовок может обозначать тему и давать оценку изложенному материалу. Но главная функция заголовка в современной прессе: привлечь внимание читателя к публикации. Для этого используются всевозможные выразительные средства синтаксиса, лексики, морфологии, фонетики.

 Заголовки «КП – Толстушки» – разнообразны. Различные синтаксические конструкции выражают различное настроение публикаций.

Часто заголовок «Комсомольской Правды» имеет форму вопросительного предложения, но не обязательно материал отвечает на поставленный в заголовке вопрос, который выражает лишь предложение.

Восклицательное предложение не обязательно сообщает сенсацию, в большинстве своем такие заголовки – перефразированные известные выражения, цитаты из фильмов и интервью.

Заголовки – повествовательные предложения в большинстве полноинформативные. Они сразу называют тему публикации, реже ее аналитическую оценку.

Из лексических средств выразительности, именно в повествовательных предложениях, чаще чем в других, используется многозначность слова, метафоричность, фразеологизмы. Часто в заглавии обыгрывается многозначность слова, создается некоторая двусмысленность. Слово используется не в прямом, а в переносном значении. Авторская фантазия не ограничена. Заголовки в Комсомольской правде самые разнообразные, и не только в прозе.

Срифмованные строки – это и перефразировка всем известных стихов и личное авторское стихосложение.

К сожалению, желание заманить и удивить читателя приводит к тому, что заголовки не несут в себе информации.

Язык наш постоянно развивается и меняется. Современный газетный заголовок дает возможность изучать язык в его современном состоянии. Это богатый языковой материал для уроков русского языка разных типов. Конечно, нужно учитывать, что заголовки не всегда являются лучшим образцом словотворчества. Зато, как правило, заголовки газет богаты средствами выразительности. На примере заголовков можно показать богатство русского языка, многозначность и метафоричность слов, использование пословиц, поговорок и фразеологизмов в речи.

Таким образом, работа с заголовками периодической печати дает возможность:

* + формировать в учащихся умение «грамотно» прочитывать газетную статью;
	+ использовать газетные заголовки в качестве иллюстративного языкового материала на уроках русского языка при изучении разделов науки о языке;
	+ использовать газетные заголовки на уроках развития речи при обучении различным видам речевой деятельности.

# Литература:

1. Баранов М.Т. Методика преподавания русского языка в школе. – М., 2001 г.
2. Бухарев Н. Е. Структурное развитие заголовков. – Алма-Ата, 1971 г.
3. Вакуров В.Н. Стилистика газетных жанров. – М., 1978 г.
4. Вомперский В. П. К изучению синтаксической структуры газетного заголовка. // Искусство публикации – Алма-Ата, 1966 г.
5. Капинос В.И., Сергеева Н.Н., Соловейчик М.С. Развитие речи: теория и практика обучения. – М., 1991 г.
6. Козарцева О.М. Культура речевого общения. – М., 1998 г.
7. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. – Издательство Московского Университета, 1971 г.
8. Крикунов Ю.А. Сила газетного слова. – Алма-Ата: Казахстан, 1980 г.
9. Кулаков А.Н. Заголовок и его оформление в газете. – Л., 1982 г.
10. Лазарева Э.А. Заголовок в газете. – Свердловск, 1989 г.
11. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. – М., 1984 г.
12. Подчасов А.В. Дезориентирующие заголовки в современной газете.
// Русская речь, 2000 г. №3.
13. Попов А.С. Синтаксическая структура современного газетного заголовка и ее развитие. // Развитие синтаксиса современного русского языка. – М., 1966 г.
14. Розенталь Д.Э. Практическая стилистика русского языка. – М., 1987 г.
15. Хазагеров Г. Г. Функции стилистических фигур в газетных заголовках.
16. Хлебцова О. Песнь не околица, а глупая речь не околесица. // Профессия Журналист. – 2002 г. №10.
1. \* Лазарева Э.А. Заголовок в газете – Свердловск – 1989г. [↑](#footnote-ref-1)
2. \* Подчасов А.В. Дезориентирующие заголовки в современных газетах. //Русская речь 2000 №3. [↑](#footnote-ref-2)
3. \* Ф.Д. Хадсон Modern Newspaper Practice. Oxford -92. [↑](#footnote-ref-3)