

## ЗАГОЛОВОК, ЕГО ВИДЫ И ФУНКЦИИ. ЗАГОЛОВОЧНЫЙ КОМПЛЕКС

**ЗАГОЛОВОК** – название материала, напечатанного в газете. Основная функция заголовка (его цель) – **ВОЗДЕЙСТВИЕ**. Заголовки делятся на:

- **информационные** (связаны с темой материала);
- **образные** (намекают на тему и идею материала, привлекают внимание читателя).

### Типы заголовков

1. **Заголовок-тема.** (*Ярмарка-выставка. Отличники в нашем классе.*)
2. **Заголовок-идея.** (*Сделаем наш город лучше.*)
3. **Заголовок-противопоставление.** (*Не смех, а слёзы. Любовь или ненависть.*)
4. **Заголовок-перечисление.** (*Про кота и кошку, про деду и бабу.*)
5. **Заголовок-парадокс** (сочетание несочетаемого). (*В Бонне ходят с голубыми волосами и мечтают о сарае для кошек.*)
6. **Заголовок-цитата из текста** (характерен для интервью).
7. **Фразеологизм, крылатая фраза, поговорка, слова из песни.** (*Нить Ариадны. «Расцвели яблони и груши...»*)
8. **Заголовок-двузначность.** (*Слоны в метро.*)
9. **Заголовок-вопрос** (характерен для аналитических жанров: *Российский путь лежит через Коннектикут?*)
10. **Заголовок-игра** (перефразировка, намеренное нарушение грамматики, замена слова в известном афоризме, рифмованный заголовок: *Мой ласковый и нежный змей. Сосулька пролетела, и ага... Записки обоРЗевателя.*) и др.

После того как материал написан, придумывается заголовок. **Важно помнить об умелом сочетании основных признаков темы, жанра, идеи текста в заголовке.**

**ЗАГОЛОВОЧНЫЙ КОМПЛЕКС (заголовочный ансамбль)** – это так называемые «выдвинутые» элементы, которые тесно связаны с основным текстом по содержанию и в то же время сохраняют некую самостоятельность, отдельность от текста. Задачи заголовочного комплекса:

- **разъяснить;**
- **заинтересовать.**

**Заголовочный комплекс, кроме заголовка, может включать в себя:** «шапку», рубрику, подзаголовок, анонс, эпиграф, вводку (лид), вставку.

**«ШАПКА»** – заголовок, объединяющий материалы на одну тему. Применяется в подборках, в тематических полосах, на разворотах, в целевых номерах. Шапка устанавливается на весь формат подборки, как бы накрывая её сверху.

**РУБРИКА** – название определённого раздела газеты, журнала; надзаголовок.

**ПОДЗАГОЛОВОК** – это необходимое уточнение смысла; в нём может сообщаться или подчёркиваться основная тема, проблема или какая-то другая существенная сторона публикации. Часто подзаголовки являются продолжением основного заголовка. Внутренние подзаголовки, являясь названиями отдельных частей публикаций, также служат дополнением к основному заголовку, помогают раскрыть тему.

**АНОНС** – краткая информация лозунгового типа, объявляющая читателю о содержании издания или конкретного текста. Бывает, что в крупном материале необходимо дать сразу несколько подзаголовков. Тогда их выносят на открытие публикации и подают как единый блок. Анонс используется для того, чтобы усилить зрительно-смысловой центр публикации, сразу представить читателю главные темы и проблемы.

**ЭПИГРАФ** – заголовочный элемент, объясняющий характер публикации, её идею. Чаще в качестве эпиграфа используются цитаты различных писателей, но иногда автор сам придумывает эпиграф.

**ВВОДКА** – это особо выделенное вступление к материалу, подборке, иногда – целевой странице. В вводке даётся максимум исходной информации о теме, проблеме публикации. Характер вводки носит также выделенная особым начертанием шрифта начальная часть текста (лид). Например: вводка: **«Какие перемены ожидают московские школы в этом году? Какие зарплаты будут у столичных учителей? Об этом и многом другом с корреспондентом «Известий» беседует представитель московского Комитета образования Любовь Кезина»**. Начало текста: **«Первое сентября в этом году совпало с субботой. Многие надеялись, что в школу идти не придётся. Пришлось...»**

**ВСТАВКА** – это редакционное дополнение к материалу. Вставками могут являться отдельные примечания, комментарии, призывы. Они обособляются графически или ставятся в конце текста и могут иметь заголовки, например: **«Для справки»;** **«Кстати говоря»** и др.) (Не путать с врезками и выносками).

*\*врезка – небольшой, но важный материал, «врезанный» в большую статью и не имеющий к ней никакого отношения (по смыслу, содержанию и пр.);*

*\*\* выноска – важная цитата из текста, которая дублируется, чтобы привлечь внимание читателя; ставится, как правило, между колонок, набирается другим шрифтом, может быть оформлена линейками, рамкой и т.д.*

## ОФОРМЛЕНИЕ ЗАГОЛОВКОВ И ЗАГОЛОВОЧНЫХ КОМПЛЕКСОВ

- **Заголовок (заголовочный комплекс) может располагаться:** 1) над текстом, 2) внутри текста (так называемый «утопленный» заголовок), 3) сбоку от материала («боковик») и 4) под публикацией. *Последние два – типично журнальные приёмы, редко встречающиеся в газетах.*

- **Заголовочный комплекс должен накрывать** не менее двух третей ширины публикации. Максимальная длина заглавия равна ширине полосы (так называемый «флаговый» заголовок).

- **Заголовочное пространство может быть сплошным и дробным.** Сплошное – когда все элементы подаются единым блоком. Дробное – когда используются внутренние подзаголовки текста, а также вставки, помещаемые в середине текста.

- **Внутренняя композиция заголовочного комплекса** зависит прежде всего от структуры заголовка. У однострочного заголовка всего три варианта размещения: прямо по центру заголовочного пространства, справа и слева. Двухстрочные заголовки могут располагаться «лесенкой», набираться разным шрифтом и пр. Ещё больше вариантов начертания у трёх-четырёхстрочных заголовков.

- **На размер заголовка** влияет место расположения материала, величина текста, его актуальность, формат полосы, количество колонок. Чем ниже на странице располагается материал, чем меньше в нём колонок – тем меньше должен быть размер заголовка.

- **Шрифт и оформление заголовка** зависят от содержания материала: например, заголовок «*Плыви, Каравелла!*» может быть написан более декоративно, чем «*Только вперёд!*»

- **Заголовки** могут быть также рисованными, нарисованными на фотографии, заключёнными в рамки, виньетки и пр.

- **Клиповый заголовок** – это выделение любыми путями ключевого слова – подчёркиванием, увеличением объёма, изменением шрифта. Например: «*Сергей Иванов намерен говорить с НАТО на понятном языке. АНГЛИЙСКОМ*» («Комсомольская правда»).

- **«Шапка»** должна быть на два порядка больше или ярче («сильнее») самого крупного заголовка под ней, **рубрика** – на два порядка меньше или светлее этого же заголовка; **подзаголовок** набирается более мелким шрифтом и может устанавливаться на меньшее число колонок, чем заголовок; **вводку** и **вставку** часто выделяют линейками или неполной рамкой, ставят на подложку, делают «вывороткой» (белые буквы на чёрном фоне).

## «УЗЕЛКИ» НА ПАМЯТЬ

- Заголовок должен быть чётким и понятным. При составлении образных заголовков необходимо соблюдать меру, чтобы не переиграть.
- Заголовок и текст должны обязательно взаимодействовать.
- Максимальная длина заголовков – 6 – 8 слов.
- Переносы части слова в заголовках не допускаются, точки не ставятся.
- Строка заголовка не должна заканчиваться предлогом, союзом или наречием – их необходимо перенести в следующую строку. Наоборот, нельзя переносить частицы *бы, ли, же*.
- В заголовочном комплексе не должно быть одних и тех же или однокоренных слов.
- Заголовки не должны сливаться. Заголовки, находящиеся рядом, должны иметь отличный друг от друга размер и гарнитуру.
- Шрифт для заголовка должен быть удобочитаемым.
- Не следует помещать элементов графического дизайна между заголовком и текстом.
- Вёрстка заголовка с белым пространством («воздухом») предпочтительнее, чем плотная вёрстка.