**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

 **«Государственный институт русского языка им. А.С. пушкина»**

**Филологический факультет**

РЕФЕРАТ

ОСНОВЫ ТЕОРИИ ТЕКСТА

**Заголовочный комплекс**

студентки 4 курса

Группы ОФ-13

Кузьминой Валерии

Москва

2017

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

1. Роль заглавия в тексте

2. Понятие заголовка и заголовочного элемента

3. Заголовочный комплекс

4. Список литературы

**РОЛЬ ЗАГЛАВИЯ В ТЕКСТЕ**

Восприятие любого текста в дискурсе — сложный процесс, в его организации важную роль играют компоненты, специально ориентированные на адресата, на выстраивание стратегии его внедрения в сферу дискурса, на построение его деятельности по интерпретации. Эти компоненты органически присущи произведению, за ними в процессе его бытования закрепилась роль — быть тем фактором, который «отвечает» за связь с реципиентом. Речь идет о заголовочном комплексе произведения или отдельном заголовке. Эти элементы занимают своеобразное положение: входя в дискурс, будучи органически связанными с ним, они стоят на «выдвинутой», надтекстовой позиции, что и определяет их функции. Заголовочный комплекс (заголовочный ансамбль) — это подсистема внутри текстовой системы, состоящая из элементов, находящихся вне текста. Заголовочный ансамбль включает в себя заголовки, рубрики, подзаголовки, вводки (лиды), врезки (текст в тексте), анонсы. Это так называемые выдвинутые элементы, они объединены тем, что, будучи тесно связанными с основным текстом по содержанию, в структурно-речевом плане сохраняют некую самостоятельность, отдельность от текста.

Заглавие текста — его ключевая позиция. Функции этого важного элемента любого произведения наиболее корректно рассматривать в аспекте восприятия адресата. Именно подход к дискурсу с позиций его восприятия помогает вскрыть механизмы создания заглавия, понять его особенности. Учет позиции реципиента важен, поскольку это личность, которая в процессе познавательной деятельности воспринимает содержание через его словесное оформление.

Остановимся прежде всего на том, как мы узнаем о той информации, которая отражена в дискурсе (имеются в виду любые дискурсы, содержащие сложные, составные текстовые конгломераты: СМИ, телерадиопроизведение, сборники текстов разной функциональной направленности, Интернет). Заглавия разных типов (заголовки отдельных текстов, внутренние заголовки, рубрики, подзаголовки, вводки, лиды надзаголовки (предтексты, по И. Р. Гальперину1), передают содержание в компрессированной, сжатой форме. Это явление находит объяснение в психологических закономерностях восприятия. Психологи выявили, что в восприятии реципиента существует механизм, «который реконструирует структуру большого текстового массива на материале небольшого текста». Этот механизм позволяет читателю, воспринимающему небольшой по объему текст (в нашем случае — заголовок, подзаголовок, лид, анонс), формировать представление о его структуре так, что она экстраполируется (проецируется) на структуру и характеристики большого текста — инварианта. Такое явление возможно благодаря существованию механизма интер- и интрасенсорного переноса, обеспечивающего «предугадывание поступающей информации в процессе интериоризации внешних речевых действий». Л. М. Мурзин, говоря о механизме компрессии текста, указывает, что «исходный и компрессированный тексты имеют одно и то же содержание, причем второй, в сущности, выполняет роль дейктики по отношению к первому».

Общая теория заголовка, созданная на основе газетного заглавия, имеет значительную объяснительную силу применительно к произведениям СМИ разных типов, научным сочинениям.

**ПОНЯТИЯ ЗАГОЛОВКА И ЗАГОЛОВОЧНОГО ЭЛЕМЕНТА**

Заголовок

Существует множество определений слова «заголовок».

К примеру, словарь В. Даля «заголовок» определяет как «выходной лист, первый листок книги или сочинения, где означено название его… Заголовком называют также название отдела, главы книги». Это наиболее широкое определение. Более узкое определение находим у С. Ожегова: «название какого-нибудь произведения (литературного, музыкального) или отдела его частей». Схожее определение дано и в Большой Советской Энциклопедии: «заголовок – это название литературного произведения, в той или иной степени раскрывающее его содержание».

Все эти определения в своей совокупности создают ясную картину того, что же мы можем назвать заголовком.

*Комплексом элементов оформления называется объединение элементов, имеющее формально законченный, но содержательно не завершенный характер.* Чтобы понять смысл сказанного, рассмотрим следующий пример: название материала «Переезд под снос» в рубрике «Перемещенные ценности» в совокупности с фотографией, на которой изображен памятник, дает понять читателю о чем пойдет речь в самом материале, то есть данный комплекс элементов имеет формально законченный характер. Однако пока материал не будет прочитан, точную тему определить нельзя. Иными словами, смысл материала лишь приоткрывается комплексом элементов, но не преподносится полностью. Таким образом, он является содержательно не завершенным.

Заголовочные элементы

К заголовочным элементам относится:

* ***Подзаголовок*** – заголовочный элемент, в котором уточняется или подчёркивается основная тема, проблема или какая-то другая существенная сторона материала.
* ***Вводка*** – это особо выделенное вступление к материалу, подборке, иногда – целевой страницы. В водке даётся максимум исходной информации о теме, проблеме публикации.
* ***Вставка*** – это редакционное дополнение к материалу. Вставками могут являться отдельные примечания, комментарии, призывы. Они обособляются графически или ставятся в конце текста.
* ***Рубрика*** - название определённого раздела газеты, журнала, а также её разновидность – ***рубрика-заголовок****.*

К заголовочным элементам также можно отнести *эпиграф, анонс, заголовок-сообщение* и др. Но в современных СМИ они встречаются реже вышеперечисленных.

Существует множество различных комплексов элементов в газете и журнале, следовательно, существует и несколько классификаций таковых. Наиболее рационально разделить их на две большие группы по назначению и функциям.

Все комплексы элементов делятся на *основные* и *вспомогательные.* К основным относятся *заголовочные, иллюстрационные, поясняющие (врезки) и текстовые комплексы*. В группу вспомогательных объединений элементов входят: *титульный комплекс, колонтитулы, колонцифры и выпускные данные выходные сведения.*

Основной интерес представляют основные комплексы элементов. К ним относится и заголовочный комплекс.

**ЗАГОЛОВОЧНЫЙ КОМПЛЕКС**

В книгах, сборниках статей обычно заголовочная подсистема состоит из набора заглавий отдельных публикаций, названия самого сборника и заголовков разделов, на которые может делиться сборник. Элементы заголовочной подсистемы диалектически соотнесены с элементами текстовой системы отношениями притяжения — отталкивания. Выдвинутое положение определяет особую роль указанных единиц в процессе восприятия текста. При первоначальном просматривании составного текста читатель сталкивается с набором заголовков («текст заголовков»). Учет реальностей восприятия издания и позволяет обратиться к закономерностям связей заголовков. Обратимся к типам заголовочных комплексов составных текстов сборников научных публикаций. Можно отметить заголовочные комплексы двух типов:

1. Заголовочный ансамбль сборника отражает объединение статей в составные тексты, названия которых отражают только сам факт объединения материалов без уточнения их смысловой общности. Таков пример сборника научных трудов «Актуальные проблемы архитектуры и дизайна». Он состоит из двух основных частей, озаглавленных как «Часть 1» и «Часть 2». Такие общие названия отражают объединение в составном тексте раздела многих статей на разные темы. Такое построение сборника отражает концепцию составителей, заявленную во вводной статье. Нейтральные и неконкретные общие названия разделов нужны для того, чтобы вместить самую разнообразную информацию. Заголовочный комплекс в данном случае не несет экспрессивной нагрузки, а выполняет информативно-ориентирующую роль, что полностью оправдано принадлежностью произведений к научному стилю и способом подбора составных частей сборника.

2. Второй тип заголовочного комплекса сборника представлен в издании «Магистерские чтения», вып. 2. Заголовочный комплекс этого типа строится вокруг двух, трех или более частей, снабженных полноинформативными заголовками и семантически связанных с ними внутренних названий отдельных текстов публикаций. Так, сборник состоит из трех частей, заголовки которых: «Часть 1. Архитектурная критика», «Часть 2. Современное прочтение идей австрийского архитектора и теоретика Камилло Зитте», «Часть 3. Образ города». Набор статей, составляющих сборник, определил именно такое построение заголовочного ансамбля, его информативность помогает читателю уже при первичном обращении к оглавлению сориентироваться в содержании и отобрать для прочтения интересующие публикации. Названия отдельных текстов внутри раздела часто содержат смысловые повторы заголовка составного текста.

Заголовочный комплекс – самый сложный в газете и журнале. Он может включать в себя различные подсистемы (то есть не только сами заголовки, но все его виды: подзаголовки, надзаголовки, шапки, названия рубрик, водки, лиды, а так же в отдельных случаях эпиграфы, лозунги и т.д.). Максимальной сложности строения заголовочный комплекс достигает тогда, когда включает в себя вышеперечисленные системы и части иллюстрационного и текстового комплексов.

Таким образом, заголовочный комплекс не столько внедряет в себя части других комплексов, сколько сам проникает в них. Это является его важным признаком: «мягкость перехода с одного уровня объединения на другой, размытость границ между ними». Руководствуясь этим, все заголовочные комплексы можно разделить на три разновидности: простые, сложные и составные.

Простой заголовочный комплекс

Простые заголовочные комплексы наименее композиционно наполнены. Состоят они из одного заголовка и не включают в себя никаких других элементов. Сложные заголовочные комплексы могут включать в себя множества элементов, помимо заголовка: *надзаголовок, подзаголовок, рубрика, вводка, вставка.*

В **подзаголовке** сообщается, уточняется или подчёркивается основная тема, проблема или какая-то другая существенная сторона публикации. Например, заголовок «Украина продаёт свое единственный ракетный крейсер» дополнили «Его постройка и содержание оказались непосильным бременем». Часто подзаголовки являются продолжением основного заголовка. «Москва выбрала» - заголовок. «лучшего воспитателя детского сада» - подзаголовок. Внутренние подзаголовки, являясь названиями отдельных частей публикаций, также служат дополнением к основному заголовку, помогают раскрыть тему.

Бывает, что в крупном материале необходимо дать сразу несколько подзаголовков. Тогда их выносят на открытие публикации и подают как единый блок – **анонс**. Анонс используется для того, чтобы усилить зрительно-смысловой центр публикации, сразу представить читателю главные темы и проблемы. В журналах, в отличие от газет часто анонсируются и будущие материалы.

**Вводка** – это особо выделенное вступление к материалу, подборке, иногда – целевой страницы. В водке даётся максимум исходной информации о теме, проблеме публикации. Характер водки носит также выделенная особым начертанием шрифта начальная часть текста.

Непосредственно примыкает к тексту и другой заголовочный элемент – **эпиграф**, объясняющий характер публикации, её идею. Чаще в качестве эпиграфа используются цитаты различных писателей, но иногда автор сам придумывает эпиграф. Примером может служить комментарий к карикатуре.

**Вставка** – это редакционное дополнение к материалу. Вставками могут являться отдельные примечания, комментарии, призывы. Они обособляются графически или ставятся в конце текста.

Также в печати можно встретить образования, в которых совмещаются все вышеуказанные **элементы**. Такие комплексы называются **заголоком-сообщением**.

Выбор заголовочных элементов определяется также частотностью их употребления в масштабах издания. Многократно может повторяться только **рубрика** – название определённого раздела газеты, журнала, а также её разновидность – **рубрика-заголовок**.

**Заголовочные элементы** могут относиться к одной публикации или к группе публикаций. Только с одной публикацией выступает собственно заголовок. Заголовок же, охватывающий группу материалов (подборку, целевую страницу, и т. п.), называется «шапкой». Есть и третья разновидность этого элемента – «флаговый» заголовок: когда название самого важного материала развёрстывается на всю ширину подборки, целевой страницы, охватывая и другие материалы.

По способу исполнения **заголовочные элементы** можно разделить на наборные и клишированные. Наборные составляют основную массу заголовочных элементов, выполняются они обычно специальными – титульными – шрифтами, только водка или эпиграф, реже рубрика – текстовыми выделительными шрифтами. Клишированные **элементы** можно разделить на три группы: текстовые, изобразительные и изобразительно-текстовые.

**Заголовок**, предваряя текст, несет в себе определенную информацию о содержании и об авторской его оценке. Можно сказать, что он занимает стилистически сильную позицию. Человек редко прочитывает газету «от корки до корки», он выбирает только то, что его интересует, руководствуясь названиями публикаций.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Балаш А.В. Техника оформления газетной полосы. - Минск, 1977.

2. Белошапкова В.А. Современный русский язык. - М., 1977.

3. Березин В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации. - М., 2002.

4. Бориснев С.В. Социология коммуникации. - М., 2003.

5. Василик М.А. Основы теории коммуникации. - М., 2003.

6. Виноградов В.В. Избр. труды. Исследования по русской
грамматике. - М., 1975.

7. Горохов В.М. Основы журналистского мастерства. - М., 1989.

8. Киселев А.П. От содержания – к форме: основные понятия и термины газетного оформления. - М., 1974.

9. Кулаков А.Н. Заголовок и его оформление в газете. - Л., 1982.

10. Мельник Г. С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. - СПб., 1996.

11. Скобликова Е.С. Современный русский язык. Синтаксис простого предложения. - М., 1979.