

Чеснокова Анастасия Владимировна,
заместитель директора по УМР Армавирского филиала,
доцент кафедры филологического образования
ГБОУ «Институт развития образования» Краснодарского края,
к.филол.н.

Методические возможности работы с заголовками на уроках русского языка и литературы

Чеснокова А.В. Методические возможности работы с заголовками на уроках русского языка и литературы // Кубанская школа №3 – 2021. С.44-47 (РИНЦ) <http://xn----7sbabb7cccjpp5aw1f5e.xn--p1ai/wp-content/uploads/2021/11/%D0%9A%D0%A8-%E2%84%963-2021-2.pdf>

Формирование навыков проведения различных видов анализа, в том числе многоаспектного анализа текста, - один из ключевых результатов освоения компонента основной образовательной программы предметной области «Филология».

Стратегии смыслового чтения и работа с текстом в современной школе должны базироваться на понимании его целостного смысла, умении определять главную тему, общую цель или назначение текста, формулировать тезис, выражающий общий смысл текста, сопоставлять основные текстовые и внетекстовые компоненты, обнаруживать соответствие между частью текста и его общей идеей.

Одним из способов выражения авторской позиции в тексте и его семантической доминантой является заглавие, заголовок - «аббревиатура смысла» всего текста, отражение авторской интерпретации. Заглавие выражает авторское видение изображаемых ситуаций, событий. Так, название романа «Герой нашего времени» М.Ю. Лермонтова - это своего рода первая интерпретация произведения, предлагаемая самим автором.

Иногда оценка, выраженная в заглавии, может не совпадать с авторской позицией. Такой эффект может быть достигнут, в частности, за счёт использования эзопова языка. Например, в сказке М. Е. Салтыкова-Щедрина «Дурак» описываются великодушные поступки Иванушки, называемые «дурацкими».

Работа с заголовками текста выполняет ряд важнейших методических задач:

- формирует навыки анализа, интерпретации текста, способствует пониманию причин её различных вариантов и возможности «диалога» с текстом;

- способствует формированию навыков определения средств речевой выразительности;
- развивает коммуникативные компетенции школьника за счёт овладения приёмами художественной речи и их творческого использования в собственных высказываниях;
- способствует достижению предметных и метапредметных результатов образования в области чтения и работы с текстом в соответствии с требованиями ФГОС;
- направлено на преодоление традиционных затруднений школьников при выполнении ряда заданий итоговой аттестации по русскому языку и литературе (понятие темы, проблемы, идеи, выявление авторской позиции, определение средств художественной выразительности и др.).

Большим потенциалом для развития навыков анализа текста обладает **работа с заголовками современной прессы**: задания на определение их связи с авторской позицией, выявление использованных приёмов, создание собственных альтернативных вариантов.

Традиционно выделяют следующие *функции заголовков*: номинативно-информативная, рекламно-экспрессивная и графическо-выделительная (А. Сафонов) [2]. Однако данные функции неравнозначны в различных типах изданий.

Задача заголовка *в деловой прессе* – как можно точнее передать смысл текста, поэтому приоритетной оказывается номинативно-информативная функция. Аудитория общественно-политических изданий неоднородна, и к заголовку предъявляются двойные требования: раскрыть суть излагаемой проблемы и привлечь читательское внимание (номинативно-информативная и рекламно-экспрессивная функции одинаково важны).

В бульварной прессе на первом плане оказывается рекламная, завлекающая функция заголовка. Не секрет, что иногда только из-за его броскости продаваемость номера возрастает в разы. Создатели «жёлтой прессы» ориентируются на запросы массовой аудитории. Очевидной тенденцией последних лет является возрастание рекламно-экспрессивной функции заголовка даже в тех типах изданий, в которых традиционно она не была доминирующей.

На выбор заголовка влияет также жанровая принадлежность материала (цитаты - для интервью, вопросы - для аналитических жанров и т.п.).

Менее выраженным фактором создания заголовка является мода на его типы и приёмы актуализации. Безусловно, эти «поветрия» очень быстротечны в связи с риском повторяемости популярных форм.

Так, на рубеже XIX-XX вв. во многом по техническим причинам доминировали многострочные заголовки, достигавшие четверти страницы. Журналисты были

вынуждены долго подбирать ключевую информацию для заполнения выделенной для заголовков площади. Со временем многострочные заголовки вышли из употребления; акцент был сделан на привлекательности газетного дизайна, причём форма не всегда соответствовала содержанию.

Поддача информации в заголовках советских изданий отличалась констатирующим характером, простым и спокойным изложением сути публикации (*Игорь Курчатов – академик атомного века. Своего дела мастер. Труженики великой нивы*).

Мельник Г. и Тепляшина А. подчеркивают, что изложение ситуации или характеристика людей - ведущие варианты советских газет - используются и сегодня, но, как правило, с ироничным оттенком [1]. Шостак М. отмечает распространённость в российской прессе начала 1990-х гг. заголовков-резюме с подчеркнутым комментарием, введенных в моду еженедельником «Коммерсантъ» [3]. Таким способом издание ведёт «диалог» с читателем: *Хоркина передумала уходить. И слава Богу!* (Имеется в виду уход из большого спорта). В последние годы и в такой тип заголовков всё чаще проникает ирония.

Для привлечения интереса к материалу и изданию в целом широко используются различные *приёмы актуализации языковых средств*. Рассмотрим наиболее популярные из них (в качестве примеров использованы заглавия материалов из еженедельников «Аргументы и факты» и «Аргументы недели»):

Формы интертекстуальности: *Трое в джакузи, не считая золотых мобильников и подгузников ручной работы. Увидеть Париж – и сгореть. И вот она, нарядная...* (о новогоднем наряде). *Я спросил про «Тополя»... В «Форбсе» не значился. Златая цепь на дубе том! Одни свадьбы и никаких похорон. Л. Слиска. Депутаты тоже плачут... Доктор Наживаго. Вылетая из гнезда кукушки.* К этой же группе можно отнести различные варианты обыгрывания фразеологизмов, пословиц и афоризмов: *Лень – двигатель прогресса. До последней капли...нефти. Бочка мёда в ложке дёгтя. Обжёгшись на «Булаве», дуют на «Тополь». Огурец раздора. НАТО – овечка в волчьей шкуре?*

Каламбур на основе омонимии: *Куда утекла «Ока»? Гус Мутко не товарищ? «Градом» по миру? Не сопрут ли пруд? Люселия Сантос: Вся жизнь «в мыле». Андрей Аршавин. Солнце в «Зените».* Каламбур на основе полисемии: *Крым: отдать концы? Невыносимый Ленин (о Мавзолее). Ноги на стол!* (о приготовлении блюда из свиных ножек). *Подложите свинью другу: Хрюшка-подушка за два часа. Встреть год Свиньи не по-свински! Если деньги хочется послать...Народу – труба* (о деятельности «Газпрома»). *Дорогим друзьям – дорогой газ.*

Парономазия – намеренное сближение в тексте сходно звучащих слов, не обязательно являющихся паронимами в строгом смысле: *Разводы и разводки. Гармония женских гормонов. ОСАГО в осаде. Полигон – солдатский стон. Напасть на власть.*

Развернутые метафоры: *Цена на хлеб застревает в жерновах политики. Нефть обвалила рынок. Эпоха «мерсов» и «бумеров» танком проехала по судьбам героев этой истории. Отчего погода сходит с ума. Китай «нахмурил брови». Водопровод «съел» автомобиль.*

Прямое или косвенное цитирование, чаще наиболее интригующих, сенсационных или подчеркнуто экспрессивных отрывков текста: *Михаил Решетников: «Родина и женщина существуют для любви»; Шамиль Тарпищев: «Не ссылайте меня в футбол!»; «Здесь Христос прикоснулся, детка». Попутно отметим, что к сенсационности современные заголовки тяготеют независимо от характера материала: *Водоросли – убийцы. Ева Браун и дети Гитлера до сих пор живы.**

Окказионализмы (речевые, индивидуально-авторские неологизмы), чаще создаваемые по продуктивным словообразовательным моделям русского языка: *Дестрашилизация от ГИБДД. Страна «Минфиния». Политтоксикология, или «Аптекарь, яду!».*

Графические окказионализмы, в которых с помощью шрифта выделяются новые окказиональные значения слова: *Берегите РОДИНкУ! Игры на свою СТРАХовку и риск. «А-Ховое» выступление. (О группе «А-ХА»). Как поДУМАли о нас? Нарру НЮ YEAR. Почтовый спазм.*

Использование заимствованных неологизмов: *Фанагория – для «винов». Мастер-класс для северян.*

Нередко в заголовках можно встретить жаргонизмы, что оправданно далеко не всегда: *Менты регистрируют все? Лафа для террористов. Кидалы вернутся. Азербайджан тоже «попал на газ». Лесоповал в законе. Общаги-притоны. Путь к успеху – без халявы.*

Подбор неожиданного эпитета: *Прыщавый скетчком. Гламурное сияние. Вегетарианский саммит. Дед-одиночка. Родина-дочь. «Вкусный» милиционер. Антикварный подиум. Писатель поперек.*

Антитеза - оборот речи, в котором для усиления выразительности речи резко противопоставляются противоположные понятия: *Жизнь Сталина: триумф или фиаско? Взрослые ответы на детские вопросы. Мы – на отдых, а деньги пусть работают. Черная репутация белого батона.*

Оксюморон: *Чем греет Север? Богатые бедные (как выживает глубинка).*
«Детский» суд.

Рифмованные строки: *Штучка в брючках. Пуленепробиваемые клетки для бомжа и малолетки.*

Вопросительные конструкции и риторические фигуры: *Шеф всегда прав? Кто победит в братской войне? Откуда ты, Санта? Кашель ползет? Умнейте, люди!*

Экспрессивный синтаксис в заголовках также представляют: парцелляция - членение предложения (*Опекуном хлопотно быть. И статья./ Алкоголизм. Справимся?*); эллипсис - пропуск глагола, создающий динамичность речи (*«Остров» - в фаворитах. На работу – как на праздник. Газ – по цене бензина*); анафора – повтор начальных слов (*Будут спонсоры – будет успех!*).

К популярному композиционному средству актуализации стоит отнести так называемые «заголовочные комплексы», состоящие из основного и дополнительных заголовков (подзаголовков) и используемые при написании достаточно сложных текстов. Так, в статье В. Сварцевича *«Русский подполковник на английской «ноге» многим чиновным головам почему-то не даёт покоя»* основные моменты истории отражены в ползаголовках: *«Дембельская рота», «Кровавый снег», «Год службы – за один протез»* («АиФ»).

Газета наших дней находится в постоянном поиске нового из-за неизбежных повторений, многое заимствуя у экспрессии разговорной речи и художественной литературы. Соответственно, и к современным заголовкам предъявляется жёсткое требование быть оригинальными и привлекающими внимание читателя. Признаком истинного профессионализма остается гармония между яркостью заголовка и его точностью, однако яркость на данном этапе можно правомерно поставить на первое место. Например, вместо констатирующего заголовка *«Вкладчики не могут забрать деньги из банка»* предлагаются следующие варианты: *«Вкладоискатели», «Вкладбище МЕНАТЕПа», «Сбербайки из склепа»* [3].

Рассмотрение средств актуализации заголовков в современных универсальных изданиях позволяет сделать вывод о том, что сегодня наиболее востребованными можно назвать игровые заголовки, основанные на интертекстуальности как литературном приёме. Формами интертекстуальности в широком смысле оказываются реминисценция, явная и скрытая цитация, стилизация, перефразировка, замена слов во фразеологизме, пословице, афоризме и др. Тенденция, вероятно, восходит к игровой природе постмодернистской культуры. Делается акцент на свойстве текста впитывать и видоизменять другие тексты, причем целенаправленно, а не автоматически. Игровой

подход к тексту, заголовку одновременно и отражает аксиологические установки общества, и формирует их. Номинативно-информативная функция уступает свои позиции рекламно-экспрессивной.

Как можно выстроить работу с заголовками на уроках или внеурочных занятиях в школе? Эффективны следующие задания:

1. Определение значения заголовка для выявления авторской позиции.
2. Создание альтернативных вариантов: индивидуально, с помощью технологий групповой деятельности («мозговой штурм», «шесть шляп мышления», «ромашка Блума» и др.).
3. Выявление средств речевой выразительности, лежащих в основе заголовка.
4. Создание нового заголовка по данному условию: например, заголовок на основе омонимии и пр.
5. Создание ряда собственных заголовков и определение применённых средств речевой выразительности (работа по группам, на время и пр.).
6. Анализ заголовков и создание собственных по критерию «виды формулировки»: заголовки могут быть в виде **суждения** (сформулирован тезис рассуждения, назван предмет рассуждения и то, что утверждается или отрицается о нём: «*Тайна марсианских каналов скрыта на Земле*»), **вопроса** (вопросительное предложение, ответом на который окажется тезис: «*В театр в джинсах или в платье?*») или **понятия** (слово или словосочетание; о предмете рассуждения ничего не утверждается и не отрицается: «*Рецепты успеха от известных бизнесменов*»). Такой вид деятельности помогает формированию важнейшего умения учащихся – написанию сочинения на заданную тему.
7. Проектная и исследовательская деятельность (анализ заголовков, характерных для текстов определённого стиля, жанра, литературного направления, конкретного автора или издания. Продуктом проекта может стать, например, словарь средств языковой выразительности).

Список использованной литературы:

1. Мельник Г., Тепляшина А. Функции заголовочного комплекса // Мельник Г., Тепляшина А. Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2004.
2. Сафонов А. Стилистика газетных заголовков // Стилистика газетных жанров/ Под ред. Д. Розенталя. М., 1981.
3. Шостак М. Репортер: профессионализм и этика. М., 2002.

4. Чеснокова А.В. Способы актуализации заголовков в современной универсальной прессе //Образование. Наука. Творчество. №1.- 2007: [Education. Science. Creation. 2007]: 206-208.
5. Материалы изданий «Аргументы и факты», «Аргументы недели».