



# **Заголов КИ**

---

подготовила Александра  
Ермолаева

## Кавычки

прилагательное  
взгляд

## Ощущения

«Ощутите вкус  
СВЕЖЕГО  
пива!»

## Глаголы и скрытые приказы

«Отправьте СМС с текстом ... на  
номер ... — и получите результаты  
теста!»

«УНИЧОЖЬТЕ всех своих  
КОНКУРЕНТОВ раз и  
НАВСЕГДА!!!»

## Мест

«ОТОМСТИТЕ ЯВ  
за АГС, изучив э  
руководство!»

## Внезапное несчастье

«ЖЕСТЬ! Лихач  
доездилис!!!»

## Срочность

«Прочитайте  
руководство ПРЯМО  
СЕЙЧАС, пока Ваши  
КОНКУРЕНТЫ еще не  
применили эти знания на

## Спасение

«ЗАЩИТИТЕ свой  
компьютер от вирусов,  
используя наш  
антивирус»

## Загадка

«Узнайте СЕКРЕТЫ  
продвижения  
партнерок на сайте  
XXX.XX

## Соперничество между неравными

«Я научился обыгрывать  
казино! Продам методику  
недорого!»

## Безумие

«С УМА СОЙТИ!!!  
Эта информация  
просто ВЗОРВЕТ  
ВАШ МОЗГ!!!»

## Соперничество между близкими

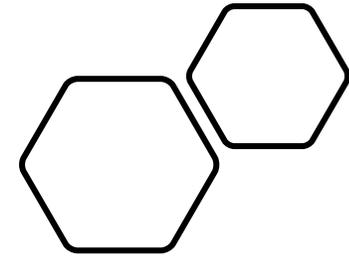
«Раньше, у моей подружки  
МОРЕ ПОКЛОННИКОВ, с  
сторону ПАРНИ ДАЖЕ  
СМОТРЕЛИ! Но теле

## Достижение

Получи ТИЦ 10  
за 1 АП

## Вновь найденный

«СЕКРЕТ долголетия, который  
был утерян — теперь  
ДОСТУПЕН и ВАМ!!!»

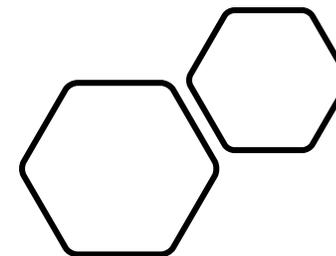


**СЕКРЕТНЫЕ  
ТРИГГЕРЫ  
УБОЙНЫХ  
ЗАГОЛОВКОВ**

## Функции

заголовка две:  
информативная и контактная. Он должен сообщить читателю, о чем статья, и побудить его эту статью прочесть

- **Номинативный заголовок** представляет собой неполное предложение, как правило, фразу из двух существительных или существительного и прилагательного. Например, «Год престижа», «Фарш несогласных», «В шкуре звезды». **Предикативный заголовок** – это, напротив, полное предложение, например «Путин поменял состав Общественной палаты», «Европа расплатилась за рабовладение»



Информативная

- сообщить читателю, о чем статья

Контактная  
(экспрессивная)

- побудить читателя эту статью прочесть



# ТАСТ-ТЕСТ

- ❖ Taste – **вкус**,
- ❖ Attractiveness – **привлекательность**
- ❖ Clarity – **ясность**
- ❖ Truth – **правда**

«Старики не дожили до смерти»

статья о пожаре в доме престарелых, повлекшем  
человеческие жертвы

("Коммерсантъ", 21 марта 2007 г.)

## Классификация видов заголовков

- ▣ **Заголовок-тема.** В формулировке обозначена тема публикации, то, о чём идёт речь.

Продажа имущества

Разборки в детском саду

- ▣ **Заголовок-идея.** В нём – главная мысль текста, то, к чему стремится призвать автор или против чего протестует, что он хочет сказать читателям.

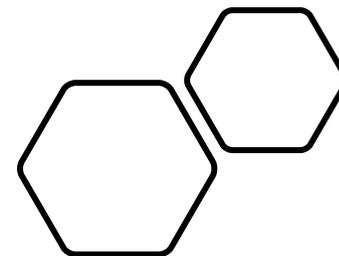
Торопитесь съездить на Соловки

Отнимаем деньги у бедных и отдаём богатым

- ▣ **Заголовок-перечисление.** В формулировке – ряд однородных членов с союзной или бессоюзной связью.

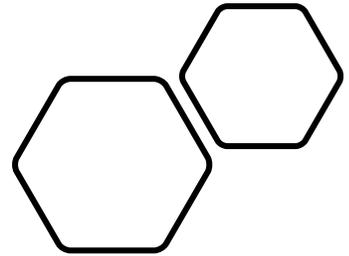
«Атас», «Комбат» и «Давай» - новая туалетная вода

Пришёл, увидел, наследил



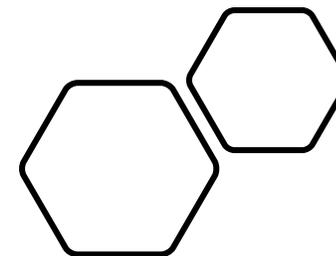
## Заголовок-хроника

- ▣ «Встреча варваров и лесорубов» -репортаж о футбольном турнире между двумя командами - «Варварами» и «Лесорубами». Это самый простой способ - сформулировать в заголовке основную новость, тем более, когда можно обыграть какие-то детали



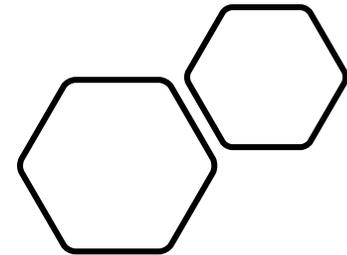
## Заголовок- перефразирование цитаты

«О бедных собаках замолвите слово» - такой заголовок к материалу о приюте для бездомных собак. Перефразирование название одного известного фильма - «О бедном гусаре замолвите слово». Кстати, этот прием нередко применяется авторами проблемных публикаций. «Собака бывает кусачей не только от жизни собачей» - это заголовок к заметке о бродячих собаках в городе. Здесь снова используется немного измененная фраза из детской песенки: «Собака бывает кусачей только от жизни собачей».



## Заголовок-цитата

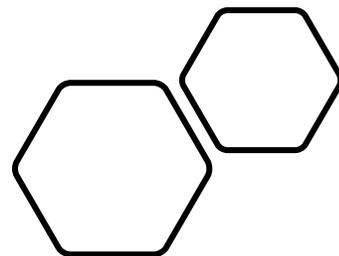
- «Я – кораблик, плывущий по течению реки..»- зарисовка о молодом человеке с необычным взглядом на мир. Выделенные слова героя, которые его наиболее характеризуют.
- «Жизнь задыхается без цели» - внимание на цитате из Федора Достоевского, которую упомянул в конце интервью собеседник



## Заголовок-обращение

«Давайте делать добрые дела!» - заметка о детском экологическом клубе.

«Не проходите мимо» - информация об одной экологической акции.



# ЗАГОЛОВОЧНЫЙ КОМПЛЕКС

- Рубрика – информирует о теме
- Заголовок - привлекает внимание
- Подзаголовок – выражает идею
- Лид – удерживает внимание читателя

# ТРЕБОВАНИЯ К ЗАГОЛОВКУ

- ❖ заключать в себе основную идею текста;
- ❖ не противоречить содержанию материала;
- ❖ быть корректным, легко схватываемым и понятно сформулированным;
- ❖ возбуждать интерес читателя.
- ❖ быть ясным высказыванием.

# КАК ПРИДУМАТЬ ЗАГОЛОВОК

1. Выписывайте ключевые слова вашего текста.
2. Обращайте внимание на образы и эмоции, возникающие при чтении статьи.
3. Выделяйте детали, которые могут привлечь внимание к тексту и передать его смысл.
4. Выделяйте детали, несущие возможность изменения перспективы, приближения либо удаления от изложенного в статье

# МОДНО!

**Заголовки, построенные по принципу модификации устойчивого выражения:**

берется какая-то общеизвестная цитата, поговорка, фразеологизм, а затем в ней заменяется слово на созвучное ему, но имеющее отношение к тексту. Получается фраза, сочетающая в себе смысл данного текста, который она озаглавливает, и оценку, выраженную в исходном устойчивом выражении

# РЕВДИНСКИЙ РАБОЧИЙ

№17 (88) 29 апреля 2020 | Среда | 36+

ГАЗЕТА РАБОЧЕГО ГОРОДА

revdin@yandex.ru | тел. 5-36-00 | www.revdi.ru



## Не толпитесь больше двух

За неделю нашли коронавирус ещё у четверых ревинцев Стр. 5

