

г. Алматы

25 октября 2010 г.

Специалист – научная степень, ученое звание, ФИО (специальность: «10.02.01 – Русский язык»), стаж научной работы ... года), на основании обращения главного редактора газеты «Свобода слова» Г.Х. Ергалиевой провел изучение представленных материалов с целью разъяснения на основе специальных журналистских познаний вопросов, связанных с судебным разбирательством по иску АО «АТФБанк» к газете «Свобода слова».

На журналистское исследование представлены следующие материалы:

1. Текст статьи «Суды и банки: скованные одной целью», опубликованной в газете «Свобода слова» № 14 (260) от апреля 2010 г.;
2. Ксерокопия Заключения специалиста-филолога Амировой Ж.Г., сделавшей лингвистическое исследование названной публикации по обращению АТФБанка.

На разрешение журналистского исследования поставлены следующие вопросы:

1. Соответствует ли заголовок статьи «Суды и банки: скованные одной целью» современным критериям газетного заголовка?
2. Какую функционально-смысловую нагрузку имеет название статьи «Суды и банки: скованные одной целью» с учетом контекста всей публикации и сопровождающего заголовка рисунка?
3. Основано ли исследование Ж.Г. Амировой на современных критериях газетных заголовков?

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ЧАСТЬ

- 1.1. Соответствует ли заголовок статьи «Суды и банки: скованные одной целью» современным критериям газетного заголовка?

Представленная на исследование публикация «Суды и банки: скованные одной целью» написана в жанре аналитической статьи на актуальную общественную тему и затрагивает острую социальную проблему. Ее заголовок соответствует нормам, утвердившимся в публикациях публицистических жанров постсоветской журналистики, ориентированной на читательский спрос.

Современные заголовки аналитико-публицистических материалов характеризует изобилие клишированных форм, "готовых к употреблению" блоков, оборотов и речевых стереотипов. Ряд выработанных речевых стереотипов имеет вид "готовых" фраз, отсылающих к общефоновым знаниям

общества. Полисемичность подобных фраз служит дополнительным фактором привлечения читательского внимания. Источники подобных форм самые разные: названия нашумевших фильмов, известных книг, часто исполняемых песен, фрагментов рекламных роликов, ставшие известными высказывания общественных деятелей, политиков и пр. Часто используются фразеологические обороты, афоризмы, перефразированные пословицы.

В современной газетной практике широко распространены заголовки, построенные на основе трансформации цитат из популярных песен разных лет. Песенные цитаты в подобного вида заголовках, вызывая эмоциональную реакцию читателя, быстро устанавливают с ним контакт. В этом случае важной оказывается не сама цитата, а ее функция, которая заключается в узнавании: читатель воспринимает заголовок как нечто знакомое.

Названия популярных фильмов и телесериалов, имеющие хождение в повседневной речи, также служат основой большого числа колоритных газетных заглавий. Употребление клише данного типа в большей степени характеризует стиль массовых газет, читатели которых в силу своей принадлежности к той или иной возрастной и социальной группе хорошо знакомы с названиями иностранных фильмов и текстами популярных песен. В таком круге употребление этих фразеологизмов четко маркирует журналиста, как "своего", что, в свою очередь, способствует сближению автора и адресата газеты и делает последнего более "открытым" для восприятия текстовой оценки.

По такому же принципу сделан заголовок «скованные одной целью». Это парафраз строки из песни группы [«Наутилус Помпилиус»](#) «Скованные одной цепью» (слова Ильи Кормильцева, музыка [Вячеслава Бутусова](#)), а не из репертуара В. Цоя. В первоисточнике фраза такова: «Скованы одной цепью, связаны одной целью». Эта песенная фраза нередко используется в заголовках СМИ России и Казахстана для отражения социальных проблем в стране или регионе. Исследуемый заголовок «Суды и банки: скованные одной целью» является производным от двух частей фразы первоисточника. В последнее время словосочетание «Скованные одной цепью» приобрело положительный оттенок для описания людей и компаний, объединённых общими целями.

Важным конструктивным принципом языка газетных заголовков является сочетание стандарта и экспрессии. Последняя достигается различными средствами, одно из которых - метафора. Именно метафора использована в исследуемом заголовке.

Вывод: заголовок статьи «Суды и банки: скованные одной целью» полностью соответствует тенденциям и принципам современного конструирования заголовков.

1.2. Какую функционально-смысловую нагрузку имеет название статьи

«Суды и банки: скованные одной целью» с учетом контекста всей публикации и сопровождающего заголовков рисунка?

Функция газетного заголовка во многом зависит от жанра публикации и внутриредакционной политики издания. Как правило, в жанрах информационных сообщений заголовок выражает суть самой информации, что, например, является обязательным условием для сообщений Информационных Агентств. **В газетах, ориентированных на массового читателя, в последние годы заголовки большинства публикаций независимо от их жанра выполняют функцию своеобразного маркера, рекламного объявления, назначение которого - не столько отразить суть публикации, сколько побудить читателя ее прочесть.**

Функции заголовков и содержания публикации различны, что определяется особенностями читательского восприятия и особенно характерно для публикаций, написанных в аналитических жанрах. «Погружаясь» в содержание аналитической статьи, читатель мало соотносит его с заголовком, который стал побудительной причиной для погружения в текст и тем самым выполнил свою функцию.

Заголовок статьи «Суды и банки: скованные одной целью» является традиционным стилистическим оборотом в журналистике, фигурой речи и в данной ситуации оценочным суждением автора публикации. Это мнение может быть как позитивным, так и негативным. Независимо от его характера, журналист тем самым выражает свое личное отношение к возникшей проблеме.

Исследуемая статья имеет четырехчастное строение: предисловие (врезка) – две главы – послесловие (выводы). Смысловый акцент статьи сосредоточен именно в последней части, которая резюмирует предыдущее содержание и представляет собой совет читателям быть внимательнее при совершении банковских операций.

Рисунки, в том числе карикатуры, сопровождающие заголовки газетных публикаций, выполняют изобразительными средствами ту же роль, что и заголовки публикаций. Это роль маркеров, назначение которых побудить читателя прочесть материал. Прием усиления читательского внимания к публикации путем предваряющего ее художественного изображения в современной газетной журналистике используется достаточно, что позволяет говорить о традиционности этого приема.

Большой энциклопедический словарь определяет карикатуру (итал. caricatura, от caricare - нагружать, преувеличивать) как «изображение, в котором комический эффект создается соединением реального и фантастического, преувеличением и заострением характерных черт, неожиданными сопоставлениями и уподоблениями; жанр изобразительного искусства (обычно

графики), являющийся основной формой изобразительной сатиры, часто обладающий тенденциозной социально-критической направленностью, подвергающий осмеянию какие-либо социальные, общественно-политические, бытовые явления, реальных лиц или характерные типы людей”. В исследуемом случае символическое изображение вedomого судьи сообщает читателю, что в публикации идет речь о проблемах, связанных с отправлением правосудия. Каких-либо признаков, позволяющих идентифицировать изображение с конкретными фигурантами публикации, исследуемая карикатура не содержит.

Вывод: Заголовок статьи «Суды и банки: скованные одной целью» выполняет функции: а) привлечь внимание читателя узнаваемостью фразы, б) привлечь внимание читателя трансформацией узнаваемой фразы, в) привлечь внимание читателя обозначением социальной проблемы, которой и посвящено содержание статьи. В смысловом отношении заголовок информирует читателей об основных персонажах публикации – банках и судах. Метафора «скованные одной целью» аллегорически напоминает об их общей цели служения обществу и людям. Таким образом, заголовок «Суды и банки: скованные одной целью» представляет собой оценочную характеристику с использованием приема метафоры, какие-либо сведения о деятельности конкретных банков в заголовке отсутствуют. Предваряющее публикацию рисованное изображение в жанре карикатуры является символическим и вместе с заголовком публикации выполняет роль маркера. Гиперболизация и схематизм, присущий данному изображению, являются классическими признаками карикатуры как жанра и не содержат какой бы то ни было характеристики героев публикации «Суды и банки: скованные одной целью».

1.3. Основано ли исследование Ж.Г. Амировой на современных критериях газетных заголовков?

Исследование Ж.Г. Амировой, сделанное по запросу главного специалиста Сектора договорной и судебно-правовой работы АТФБанка, основано на принципах советской журналистики, когда вся пресса являлась органом коммунистической партии и обязана была жестко соответствовать идеологическим клише коммунистического режима.

К догматам теории советской партийной журналистики относится содержащееся в исследовании Ж.Г. Амировой требование к заголовкам, чтобы они обеспечивали «адекватное представление об основной идее (цели) идущего с заголовком сообщения», и предупреждение, что неадекватность заголовка основному тексту «может быть чревата весьма серьезными социальными последствиями».

Единственная в тексте ссылка на исследование провинциального российского

вуза 1990 года, приведенные примеры наиболее часто встречающихся в нашей прессе «заезженных» заголовков: «20 лет без топопланшета», «Представление к УДО» являются некорректными и ненаучными ввиду их морального устаревания. Для прессы независимого Казахстана такие заголовки нехарактерны. Представляется, что функционально-смысловую нагрузку заголовка как элемента газетной публикации должен исследовать специалист в сфере журналистики, а не филолог.

Специалист: научная степень, ученое звание, ФИО, подпись, печать