

**Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова**

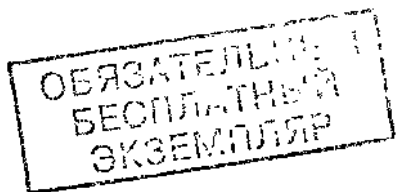
На правах рукописи

Сафарова Алина Григорьевна

**Социокультурная динамика качественной газетной прессы  
Великобритании и США в конце XX - начале XXI века**

Специальность 24.00.01 - теория и история культуры

Автореферат диссертации на соискание ученой степени  
кандидата культурологии



Москва - 2004

Диссертация выполнена на кафедре лингвистики и межкультурной коммуникации факультета иностранных языков Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова.

Научный руководитель

доктор филологических наук  
профессор Добросклонская Т. Г.

Официальные оппоненты:

проф., док. фил. наук Вартанова Е. Л.  
кандидат культурологии Авсеенко Н. А.

Ведущая организация

Российская Академия  
Государственной Службы при президенте РФ (РАГС)

Защита состоится «12» сентября 2004 г. в 15<sup>30</sup> на заседании диссертационного совета Д501.001.28 при Московском государственном университете им. М. В. Ломоносова по адресу: Москва, Ломоносовский проспект, 31, корпус 1, факультет иностранных языков.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке 1-го корпуса гуманитарных факультетов МГУ им. М. В. Ломоносова.

Автореферат разослан «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 200\_\_ г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета

Е. В. Жбанкова

2005-4  
20863

92 0780

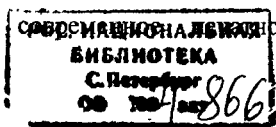
3

Роль средств массовой информации в современном обществе настолько велика, что большинство исследователей называют последние десятилетия XX в. и начало XXI в. новым, «информационным» этапом развития общества, временем высоких компьютерных технологий и временем Всемирной Паутины. На такое положение вещей повлиял стремительный рост средств массовой информации, которые в рассматриваемый период превратились в один из важнейших факторов общественного развития. Специалисты по истории науки и техники отмечают, что в истории человечества периодически происходят открытия, технологическое значение которых настолько велико, что они определяют последующее развитие общества. В свое время таким открытием оказалось изобретение Гутенбергом печатного станка. С этого эпохального момента весь последующий исторический период именовался постгутенберговской эпохой.

В конце XX в. таким важнейшим изобретением стало появление Интернета и бурное развитие компьютерных технологий, не только сокративших время передачи и обработки информации, но и оказавших значительное влияние на все стороны общественной жизни. В результате достижений информационных технологий традиционные СМИ трансформировались, а их функциональный и культурологический аспекты претерпели значительные изменения.

Особый интерес представляют те изменения, которые коснулись печатных СМИ, в частности, газетных изданий. Дело в том, что газеты, будучи старейшим видом средств массовой информации, долгое время сохраняли свой традиционный облик, поэтому чрезвычайно важно проследить социокультурную динамику прессы, изучить то состояние газет, в котором они пребывают в настоящий момент, а также их роль в культуре современного общества. Именно этим и обусловлена актуальность данной работы.

Помимо качественных изменений, затрагивающих форматные признаки изданий, произошли изменения, относящиеся к области речеупотребления. Интернет привнес в тексты массовой информации те отличительные особенности, благодаря которым ~~современная~~ слово стало



мультимедийным. Печатный текст перестал развиваться линейно и однонаправлено, он стал многоуровневым и объемным, обладающим многочисленными связями. Так, сегодня из любой точки сетевого текста стало возможно путешествовать по Интернет-пространству в любом направлении.

Многие исследователи сравнивают СМИ, как в высшей степени динамичную структуру, с зеркалом, которое отражает все лингвокультурологические процессы, протекающие в современном обществе. Однако в последнее время эта метафора не вполне отражает действительную роль масс медиа. Сегодня исследователи считают, что СМИ не просто отражают, но и реконструируют события, представляя их под тем или иным углом зрения и тем самым оказывая влияние на формирование системы ценностей людей.

Поскольку внедрение информационных технологий в США и Великобритании значительно опережало аналогичные процессы в России<sup>1</sup>, это не могло не сказаться на развитии и состоянии средств массовой информации. Следует отметить, США считаются мировым экономическим лидером, а английский язык в настоящее время является международным языком. Именно поэтому не ослабевает интерес специалистов различных областей к СМИ, и в частности к прессе Великобритании и США. Таким образом, исследование современной прессы Великобритании и США представляется крайне интересной задачей. Мы выбрали прессу, так как пресса - классический вид СМИ, следовательно, именно на фоне ретроспективы прессы ее современные изменения наиболее заметны. Мы ограничили свои исследования только качественной газетной прессой, так как газеты являются наиболее динамичными из всех видов печатных СМИ, в них наиболее заметны те изменения, которые происходят в сфере культуры и речепотребления в настоящее время. Выбор качественных изданий Великобритании и США обусловлен тем, что они наиболее интересны с точки зрения языка, содержания и дизайна; кроме того, именно эта пресса является образцом для

<sup>1</sup> Fang, Irving E. *A History of Mass Communication. Six Information Revolutions*. Boston; Oxford: Focal Press, 1997.

подражания во многих других странах благодаря ее действительно богатым традициям.

**Научная новизна диссертационной работы** состоит в использовании культурологического подхода для изучения вопросов сходства и различия качественной газетной прессы Великобритании и США. В качестве **основного материала** исследования было использовано более 800 выпусков газет, вышедших с 1998 по 2004 г. в виде печатного и сетевого варианта (среди них - британские («The Times», «The Guardian», «The Daily Telegraph», «Financial Times») и американские - («Wall Street Journal», «USA Today», «International Herald Tribune» и «Washington Post»). Вне всякого сомнения, эти газеты являются основными примерами качественной газетной прессы, но, разумеется, к исследованию привлекались и другие источники, представляющие, по мнению автора настоящей работы, определенный интерес. Что касается жанровой принадлежности газетных текстов, то рассматривались, в основном, новостные и информационно - аналитические статьи, а также тексты - очерки, публикуемые в разделе «features». Учитывалось также тематическое разнообразие материала, охватывающее все основные медиатопики: от политики и бизнеса до культуры и образования. Таким образом, основным **критерием отбора материала** послужил принцип соотнесения текстов, содержащегося в источнике, с целями и задачами нашего исследования.

**Цель настоящей диссертации** состоит в том, чтобы проследить социокультурную динамику качественной газетной прессы Великобритании и США в конце XX - начале XXI века и, в частности, изучить особенности электронных версий качественной газетной прессы Великобритании и США, сопоставив их с печатными вариантами. Этому аспекту в данной работе уделялось особо пристальное внимание, так как до настоящего времени не

существует достаточного количества литературы по данному вопросу<sup>2</sup>. СМИ играют важную роль в жизни общества и, следовательно, появление электронных версий газет можно рассматривать с точки зрения культурологического аспекта, так как в последнее время можно увидеть тенденцию расширения границ понятия «культура», в которое входит и само понятие «СМИ». Следует отметить, что сетевые версии газет функционируют в новой информационной среде, что в свою очередь отражается на состоянии межкультурной коммуникации. Именно поэтому изучение их содержания, языка и дизайна представляется важным и в высшей степени актуальным.

Для достижения этой цели были сформулированы и последовательно рассмотрены следующие задачи:

- изучить функции СМИ для общества и для индивидуума;
- проанализировать роль и место СМИ в общей системе современной культуры;
- раскрыть роль СМИ в динамике языковых процессов;
- провести исторический обзор качественной газетной прессы Великобритании и США;
- проанализировать состояние качественной газетной прессы Великобритании и США сегодня;
- изучить и описать становление и развитие сетевых версий качественных газет Великобритании и США;
- рассмотреть лингвомедийные особенности печатных и сетевых версий качественных газет Великобритании и США;
- выделить уровни сопоставительного анализа качественной газетной прессы Великобритании и США;

<sup>2</sup> См.: *Ракитов А. И.* Наш путь к информационному обществу. Теория и практика общественно-научной информации. М., 1989; *Марлоу Ю.* ПИАР в электронных СМИ. М., 2002; *Шлыкова О. В.* Культура мультимедиа: Учеб. пособие для студентов. М., 2004; *Bell A.* Approaches to Media discourse. L, 1996; и т.д.

- сопоставить современную качественную газетную прессу Великобритании и США на уровне содержания;
- сравнить современную качественную газетную прессу Великобритании и США на уровне языка;
- сопоставить современную качественную газетную прессу Великобритании и США на уровне форматных признаков.

Таким образом, объектом настоящей работы является качественная газетная пресса Великобритании и США, а именно такие издания, как британские «The Times», «The Guardian», «The Daily Telegraph», «Financial Times» и американские «Wall Street Journal», «USA Today», «International Herald Tribune» и «Washington Post». Предмет исследования - социокультурная динамика прессы Великобритании и США в конце XX - начале XXI вв..

Методологической основой исследования является комплексный сравнительно-культурологический анализ газет Великобритании и США в их сетевых и печатных версиях. В качестве основного метода использовалось последовательное сопоставление рассматриваемых британских и американских изданий на трех уровнях: уровне языка, уровне содержания и уровне форматных признаков, что, по замыслу автора работы, должно было всесторонне продемонстрировать общие и специальные особенности качественной прессы Великобритании и США в плане социокультурной динамики. Помимо этого, на трех уровнях сопоставление проводилось по следующим двум направлениям. Во-первых, сравнивалась печатная газетная пресса Великобритании с печатной газетной прессой США; во-вторых, сравнивались электронные и печатные версии британских и американских изданий. Вместе с традиционным методом сплошного текстологического анализа при сравнении языка британских и американских изданий был также использован комплекс более частных методов, таких как: метод наблюдения, метод обобщения опыта, историко-эволюционный метод и метод

сравнительного анализа для выявления специфики американских и британских газет.

Говоря о **степени изученности вопроса**, следует отметить, что исследование газет всегда находилось на стыке интересов лингвистов, филологов, культурологов, журналистов, психологов, социологов и медиадизайнеров, что свидетельствует о междисциплинарном характере исследования. Такой подход способствовал возникновению ряда новых дисциплин, таких, как коммуникативистика, лингвокультурология и критическая лингвистика. Современная газета - это не просто текст, а совершенно особая медиасреда, а в своем электронном варианте - мультимедийная среда.

Объект настоящего изучения настолько интересен, что огромное количество как зарубежных, так и отечественных исследователей уделяют ему пристальное внимание. Перечислим имена тех ученых, которые внесли значимый вклад в изучаемый предмет. Лингвистическими проблемами в связи со СМИ занимались такие известные ученые, как В. Г. Костомаров, Д. Н. Шмелев, О. А. Лаптева, А. Бэлл, Т. В. Дейк, М. Монтгомери, Т. Г. Добросклонская, С. Г. Тер-Минасова, Л. М. Землянова, М. М. Назаров, Е. Л. Вартанова, И. С. Мелюхин, Р. Харрис. Неоценимый вклад в изучение газетных СМИ вносят специалисты по современной журналистике, такие как Е. П. Прохоров, С. М. Гуревич, С. А. Михайлов, И. И. Засурский и Я. Н. Засурский. Таким образом, объем литературы, привлеченный для решения основных задач данного исследования, достаточно велик, вместе с тем заявленная **тема остается недостаточно изученной**, так как в связи со стремительным изменением состояния современного общества невозможно быстро отразить все происходящие в нем процессы.

**Теоретическая значимость настоящей диссертации** состоит в разработке методики трехуровневого сопоставления современной качественной газетной прессы Великобритании и США: на уровне содержания, на уровне языка и на уровне форматных признаков. **Практическая ценность диссертации**



определяется ее актуальностью и научной новизной. Исследование газетной прессы Великобритании и США невозможно без изучения таких базовых понятий, как «язык СМИ», «имидж газеты», ее содержание и дизайн. Не менее важен и сравнительно-культурологический аспект работы - проведенный в ней компаративный анализ газетных текстов на уровнях языка, содержания и форматных признаков. Полученные подобным образом результаты могут быть использованы в курсах по культурологии, литературе, лингвистике, журналистике, медиадизайну, а также послужить основой для дальнейших исследований в данной области.

**Достоверность исследования** достигается благодаря использованию обширного аутентичного материала и его последовательного анализа на основе трехуровневой методики сопоставления: на уровнях содержания, языка и форматных признаков. Важное значение в плане достоверности выводов имеет также выделение общих и специальных признаков и характеристик в ряде анализируемых качественных газет Великобритании и США.

### **На защиту выносятся следующие положения:**

1. Анализ функций, которые выполняют газетные СМИ для общества и для индивидуума, демонстрирует тесное взаимодействие прессы со всеми сторонами общественной и культурной жизни. Исследование взаимосвязи СМИ и культуры служит основой для изучения прессы как показателя состояния культуры общества в целом, а также как среды межкультурной коммуникации, в которой СМИ участвуют в процессе трансмиссии, интеграции, экспансии и диффузии. В то же время следует отметить, что процессы диффузии в настоящее время развиты так объемно, что современное мировое сообщество можно охарактеризовать как единое всемирное информационное пространство без границ, имеющее свои преимущества и недостатки.

2. При изучении динамики качественной газетной прессы Великобритании и США можно сделать вывод, что продолжается процесс упрощения качественных серьезных газет, переходящих на язык массовых изданий и позволяющих публиковать скандальные материалы, что свидетельствует еще раз о том, что СМИ являются отражением состояния культуры общества. Анализ динамики качественной газетной прессы Великобритании и США позволяет сделать вывод, что по массовости, информационной насыщенности, технической оснащенности, технологии и организации пресса США несколько опережает СМИ прочих развитых стран, в том числе и Великобритании.
3. Последовательное применение методики трехуровневого сопоставления позволяет выявить и описать общие и специальные признаки качественной газетной прессы на уровне языка, на уровне содержания, а также на уровне форматных признаков.
4. Сопоставление газетной прессы Великобритании и США на уровне языка показывает, что различия между британским и американским языком в серьезных новостных и информационно-аналитических текстах качественных газет не имеют существенного значения.
5. Изучение СМИ с точки зрения культуры речи дает возможность получить информацию о состоянии языковой культуры общества в целом. Кроме того, будучи частью массовой коммуникации, пресса является распространителем не только образцов речевого поведения, но и соответствующих культурных ценностей, а именно вкусов, жизненных приоритетов, моделей коммуникационного поведения и т.д.
6. При изучении функционирования языка в СМИ исследование экстралингвистических и медиаобусловленных факторов приобретает особое значение. Медиаобусловленные факторы позволяют говорить о новом типе текста - медиатексте, главная особенность которого состоит в определенной комбинаторике разноуровневых компонентов. В связи с

этим возникло новое направление науки, изучающее видеовербальный текст.

7. Проведенное сопоставление качественных газет Великобритании и США на уровне содержания позволяет говорить о необходимости учета национально-культурного фактора. Сопоставление газетных текстов в печатном и электронных версиях позволили выделить целый ряд особенностей и тенденций в развитии качественной газетной прессы в Великобритании и США.
8. Описание и анализ особенностей форматных признаков газет позволяет сделать вывод о необходимости дальнейшего и более глубокого изучения дизайна как важной составляющей медиатекста. Одним из важнейших форматных признаков газеты является имидж издания, который представляет собой единство устойчивых признаков на уровне дизайна и словесного ряда и позволяет говорить о становлении нового направления - мультимедиа журналистики, являющейся не журналистским материалом, выставленным в Интернете, а медийным комплексом, сочетающим в себе различные формы представления информации, видоизменяющиеся со скоростью развития технологий.

Апробация работы. Основные идеи и выводы диссертации была апробированы автором в научных докладах на международной научно-практической конференции «Современные коммуникативные практики» (г. Саратов, Лингвистический научный центр и Гуманитарный учебно-научный центр Саратовского государственного технического университета, 30 - 31 марта 2004 г.), Международной научной конференции «Ломоносов - 2004» (г. Москва, факультет иностранных языков МГУ им. М. В. Ломоносова, 12 - 15 апреля 2004 г.) на Международной научной конференции «Языки в современном мире» (г. Москва, факультет иностранных языков МГУ им. М. В. Ломоносова, 7 - 8 июня 2004 г.).

Текст диссертации обсуждался в июне 2004 году на заседании кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации факультета иностранных языков Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, был одобрен и рекомендован к защите.

Структура работы. Настоящая диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка использованной литературы и приложения. Приложения представляют собой таблицы и фотографии из газетной прессы Великобритании и США, иллюстрирующие материал диссертации. Библиографический указатель включает около 130 цитированных работ на русском и на английском языках, а также Интернет-источники.

Содержание диссертации. Во Введении обосновывается актуальность темы, научная новизна, практическая и теоретическая ценность работы, сформулированы объект и предмет исследования, дается перечень конкретных задач, решавшихся автором в порядке реализации цели диссертации. Охарактеризована методологическая основа работы и применявшиеся методы исследования.

Первая глава представляет собой теоретическую часть работы. В ней изложены основные теоретические положения, которые послужили основанием последующих практических исследований конкретного материала. Прежде всего, рассмотрены функции СМИ для общества и для индивидуума. Мнения исследователей по поводу основной функции СМИ для общества расходятся, так как до настоящего времени не обозначен системообразующий критерий, который отражал бы все аспекты функционирования СМИ и позволял сопоставить предлагаемые варианты по их достоверности.

Как показывает анализ, функции СМИ для индивидуума не изучены специалистами в области журналистики так же полно, как функции для общества, однако все функции отражают взаимодействие СМИ и культуры общества. Чтобы определить взаимосвязь культуры и СМИ, было рассмотрено понятие «культура». В самом широком смысле данного понятия под культурой подразумевается *«...все, что отличает жизнь человеческого общества от*

*жизни природы, все стороны человеческого бытия»*<sup>3</sup>. Таким образом, под данное определение попадает вся человеческая деятельность.

Взаимосвязь культуры и СМИ просматривается на нескольких уровнях. Во-первых, СМИ, являясь в самых своих разнообразных формах носителями огромного количества самой разнообразной культурозначимой информации, выступают в качестве каналов культуры. Это вытекает из проведенного анализа функций СМИ. Как было упомянуто, одной из главных функций СМИ является образовательная или функция передачи культурных ценностей («transmission of culture»)<sup>4</sup>. Отсюда становится понятным, что СМИ способствуют формированию мировоззрения своих читателей, зрителей, слушателей; формированию определенной системы моральных, духовных ценностей; нравственных идеалов; художественного вкуса, пристрастий.

Во-вторых, сама структура медиатекстов предполагает наличие информации, дополняющей словесный ряд - графика, фотоиллюстрации, рисунки, видеоизображение, музыкальное сопровождение и аудиоэффекты - все это имеет непосредственное отношение к современной культуре. Таким образом, с одной стороны, СМИ представляют собой часть культуры, с другой стороны, являются носителями и распространителями культурных норм и ценностей.

Взаимосвязь СМИ и культуры имеет еще одну грань, причем весьма яркую. Поскольку коммуникация является неотъемлемой частью человеческой жизни, следовательно, она - часть культуры. СМИ принимают самое непосредственное участие в процессе коммуникации, следовательно, и с этой точки зрения они являются неотъемлемой частью культуры. Более того, многие западные специалисты по межкультурной коммуникации приравнивают культуру к коммуникации. СМИ выполняют роль коммуникационных каналов, артерий, способствуя превращению современного общества в единую информационную систему. Благодаря достижениям современных средств массовой

<sup>3</sup> *Тер-Минасова С. Г.* Язык и межкультурная коммуникация. М., 2000. С. 45.

<sup>4</sup> *Merril C. John I, Lee J., Friedlander J. E.* Modern Mass Media. Harper Collins College Publishers, 1994. P. 34.

коммуникации (а, следовательно, и СМИ) еще в начале 60-х годов прошлого века М. Маклюен охарактеризовал современное мировое сообщество как «глобальную деревню» ("global village")<sup>5</sup> - единое всемирное информационное пространство без границ, имеющее положительные и отрицательные стороны. К первым относится простота и доступность общения людей, живущих в совершенно разных условиях, системах, часто на огромных расстояниях друг от друга. К отрицательным сторонам подобных процессов относятся нивелирование, унификация культур, в результате целые народы теряют свою самобытность, уникальность.

Рассмотрена также роль СМИ в динамике языковых процессов, так как многие исследователи считают именно язык прессы отражением культурного состояния общества. Примерно десять лет назад стали появляться исследования, в которых говорилось о языке СМИ как о самостоятельном лингвистическом явлении. Подобные исследования дали их авторам возможность определить язык СМИ как *«...универсальный по тематике, синкретический по соотношению элементов устной и письменной речи и полифункциональный по стилистике»* .

Интересно, что для подкрепления своих точек зрения о степени важности языка СМИ по сравнению с другими языками авторы призывают на помощь смежные дисциплины. Например, Б. В. Кривенко в работе «Язык массовой коммуникации: лексико-семиотический аспект»<sup>7</sup> исследует функционирование лексических единиц в каналах массовой коммуникации, опираясь на возможности семиотики, информатики, лингвостатистики. Автор изучает типологию речи, структуры жанров публицистики на основе комплексного системного анализа языка различных средств массовой информации.

<sup>5</sup> *Dominic J. R.* The Dynamics of Mass Communication. N.Y., 1995. P. 55.

<sup>6</sup> *Трескова С. И.* Социолингвистические проблемы массовой коммуникации. М., 1989. С. 178.

<sup>7</sup> См.: *Кривенко Б. В.* Язык массовой коммуникации: лексико-семиотический аспект. Воронеж, 1993.

В. Г. Костомаров в книге «Языковой вкус эпохи»<sup>8</sup> язык СМИ описывает с учетом не только языковых, но и экстралингвистических факторов, а также с позиции взаимодействия языков и культур.

При проведении культурологического анализа языка СМИ было отмечено, что при культурологическом подходе к понятию «текст» интерпретация данного понятия несколько отличается от его интерпретации при лингвистическом подходе. *«Исходным для культурологического понятия текста является именно тот момент, когда сам факт лингвистической выразительности перестает восприниматься как достаточный для того, чтобы высказывание превратилось в текст. Вследствие этого вся масса циркулирующих в коллективе языковых сообщений воспринимается как не-тексты, на фоне которых выделяется группа текстов, обнаруживающих признаки некоторой дополнительной, значимой в данной системе культуры выразительности»*<sup>9</sup>. Таким образом, с культурологической точки зрения не каждое языковое сообщение является текстом, если оно не несет в себе понятную для аудитории культурную специфику.

В заключении обратим внимание на то, что отношение к языку изменяется. Теперь коммуникативная задача сопровождается творческой: язык используется как знак, в результате чего создается новое содержание. Читатель перестает быть просто читателем, автор приглашает читателя стать соавтором, искать и находить новые значения, заложенные в языке. *«Проявляя интеллектуальные свойства, высокоорганизованный текст перестает быть лишь посредником в акте коммуникации. Он становится равноправным собеседником, обладающим высокой степенью автономности. И для автора (адресанта), и для читателя (адресата) он может выступать как самостоятельное интеллектуальное образование, играющее активную и независимую роль в диалоге»*<sup>10</sup>.

<sup>8</sup> См.: Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. Анализ речевой практики: массмедиа. М., 1993.

<sup>9</sup> Лотман Ю. М. Текст и функция: Избранные статьи: в 3 т. Т. 1. Таллинн, 1992. С. 133.

<sup>10</sup> Лотман Ю. М. Семиотика культуры и понятие текста: Избранные статьи: в 3 т. Т. 1. Таллинн, 1992. С. 131.

Вторая глава данной работы, предваряемая кратким историческим обзором качественной газетной прессы Великобритании и США, представляет собой сравнительный анализ качественной газетной прессы в печатном и электронном вариантах.

Рассмотрено само понятие «качественная» пресса, дана характеристика основным качественным американским и британским газетам. Необходимо обратить внимание на то, что Великобритания - одна из самых демократических стран мира - характеризуется обществом, которое поделено невидимыми, но реально ощутимыми перегородками социального характера. Пресса Великобритании отражает это деление вполне отчетливо. Каждое печатное издание отличается своей, совершенно определенной целевой аудиторией. Так, например, британский институт практиков рекламы проанализировал читательскую аудиторию страны и «рассортировал» ее жителей в зависимости от их принадлежности к той или иной социальной группе: А, В, С-1, С-2, D, E<sup>11</sup>. Группа А сформирована элитой аристократии и бизнеса, т.е. крупной буржуазией и интеллигенцией. Группа В формируется средней буржуазией, чиновниками, высококвалифицированными рабочими. Группа С-1 - мелкая буржуазия, профессиональная интеллигенция: учителя, служащие и др. Именно представители этих трех групп рассматриваются как потенциальные читатели качественной прессы, к которой традиционно официальный справочник-ежегодник «Британия» относит ежедневные «The Times», «The Daily Telegraph», «Financial Times», «The Guardian» и «The Independent» и воскресные «Sunday Times», «The Observer», «The Sunday Telegraph» и «The Independent on Sunday».

Что касается качественных газет США, то сами американцы шутливо характеризуют их следующим образом: «Wall Street Journal» - это крупнейшее деловое издание США читают люди, которые управляют страной; «Washington Post» и «The New York Times» читают люди, которые думают, что они управляют страной; «USA Today» читают люди, которые считают, что

<sup>11</sup> См.: Беглов С. И. Четвертая власть: британская модель. М., 2000. С. 115.



управлять страной - их обязанность, но которые не понимают, что пишется в «Washington Post» (издании, рассчитанном на людей, не имеющих представления о тонкостях политики, экономики, культуры и т.д. и не интересующихся ими)<sup>12</sup>.

Словосочетание «качественная» пресса, которое часто вызывает недопонимание, является русскоязычным эквивалентом устойчивого английского термина «quality press». Применительно к американской и британской прессе это слово переводится как качественная, солидная, элитарная. И действительно, все эти термины применимы к газетам первого уровня. Такие издания своих читателей информируют, просвещают в противовес массовой (популярной) прессе, которая призвана, прежде всего, развлекать. Разделение на качественные и популярные газеты традиционно для британской прессы, однако имя исследователя, внесшего это понятие в обиход, не встречается в литературе. Многие специалисты в области журналистики и лингвистики определяют качественную прессу как прессу с серьезной тематикой и университетским языком, понятным только людям с высшим образованием<sup>13</sup>. Можно сказать, что качественная пресса предназначена для тех, кто управляет страной или на высоком профессиональном уровне обслуживает тех, кто управляет страной.

Разумеется, журналисты, работающие для качественных газет, должны неукоснительно следовать классическим принципам британской журналистики. К ним относится, прежде всего, разделение фактов и комментариев. Кроме того, информация должна быть подтверждена несколькими независимыми источниками. После проведенного обзора качественной газетной прессы Великобритании и США автор настоящей работы пришел к выводу, что в свете самых современных тенденций качественная пресса стала менее элитарной, кастовой.

<sup>12</sup>[http://www.canada.ru/cgi-win/htforam?open=1046884746\\_456424](http://www.canada.ru/cgi-win/htforam?open=1046884746_456424)

<sup>13</sup> См.: *Беглов С. И.* Указ. соч. С. 116.

В этой главе также рассматривается становление электронных вариантов наиболее известных газет, относимых к качественным. К настоящему времени практически все газеты создали сайты в Интернете, которые являются их «электронными» визитными карточками и формируют имидж этих изданий как современных и динамичных. Газета, не имеющая собственной сетевой версии, отстает от развития системы СМИ и выпадает из общего новостного потока. Отсутствие своего сайта во Всемирной паутине может негативно влиять на размер аудитории, имидж издания и его коммерческие возможности.

Сравниваются электронные версии газет двух стран друг с другом. Методологически важно разделить понятия "журналистика в Интернете" и "Web-журналистика". Те печатные издания, которые механически копируются в Сеть, не несут в себе «электронной» специфики и являются организацией «журналистики в Интернете», в то время как Web-журналисты создают именно Интернет-прессу, существующую только в Сети и не имеющую печатного оригинала. В США очень популярны именно электронные газеты.

Сопоставляются электронные и печатные версии каждой качественной газеты двух стран. На материале газет США и Великобритании проанализированы такие важные факторы функционирования издания, как аудитория, имидж, коммуникационный и коммерческий аспекты.

Для того чтобы проанализировать социокультурную динамику качественной газетной прессы Великобритании и США наиболее полно, проведен подробный лингвистический анализ тех же версий качественных газет двух стран как в печатном, так и в электронном вариантах. С лингвистической точки зрения жанр, в котором пишутся материалы газет, является публицистическим. Несмотря на то, что за достаточно долгую историю существования газет этот жанр претерпел некоторые изменения, можно говорить о сложившемся языке газет. Данная часть работы рассматривает, чем отличается язык газет от остальных языков. Отличительными особенностями языка газет являются его подвижность, собирательность, способность сочетать, казалось бы,

несочетаемые стили. По диапазону своих вариаций публицистический стиль является уникальным.

Специалисты приходят к мнению, что *«газетно-публицистический стиль не обладает замкнутостью ни по отношению к другим стилям, ни по соотношению его внутренних разновидностей. Эти разновидности подчас имеют очень мало общего друг с другом, а подчас их трудно отличить друг от друга, но вместе они составляют единственную в своем роде систему, целостный организм, особое сложное качество»*<sup>14</sup>.

Понятие «язык газет» ("newspaper language") встречается довольно часто как в русскоязычной, так и в англоязычной исследовательской литературе. Например, Т. Г. Добросклонская определяет его как язык, не только обозначающий совокупность текстов, функционирующих в данной сфере человеческого общения, но и *«указывающий на определенные лексико-стилистические особенности данного текстового корпуса»*<sup>15</sup>.

Таким образом, именно многоплановость, собирательность газетно-публицистического стиля является причиной определенных трудностей при работе с материалом газет как с точки зрения перевода (если речь идет, как в нашем случае, об иностранной прессе), так и с точки зрения системного описания этого материала. Язык изданий отличается удивительной многоплановостью и многожанровостью. Дело осложняется еще и тем, что эти характеристики не являются некоторыми застывшими категориями, ждущими, когда их изучат и систематизируют, к тому же стили и жанры публицистического стиля видоизменяются очень быстро. Понятия, которые еще недавно были прерогативой научных статей, сегодня стали привычны на страницах газет.

Третья глава диссертационной работы продолжает анализ изучаемых видов СМИ, но уже в сравнительно-культурологическом аспекте. Сравнение

<sup>14</sup> Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиа текстов. М, 2000. С. 46.

<sup>15</sup> Там же. С. 37.

проводится на трех уровнях: на уровне содержания, на уровне языка и на уровне форматных признаков.

Содержание (или тематика) газеты, безусловно, является самым важным параметром, определяющим лицо газеты, и обусловлена концептуальным отражением действительности<sup>16</sup>. Содержание изданий, анализируемых в настоящей работе, складывалась в течение длительного времени (британских газет, как известно, гораздо больше, чем американских) и является относительно устойчивым понятием.

Основными темами для качественной прессы Великобритании и США являются универсальные медиатопики: политика и бизнес, события в культурной жизни, спорте, путешествия, самые разные виды хобби, образование, культура и ряд других. Однако можно заметить, что тематика газет несколько изменилась в результате рыночных отношений, господствующих во всех сферах производства в западных странах, к которым принадлежат Великобритания и США, и в настоящее время тематическая картина ведущих качественных газет двух стран является несколько размытой, смазанной. Одним из ярких примеров подобного рода может служить тот факт, что «The Times» в последнее время сопровождается многостраничным приложением, посвященным исключительно футболу. Наличие на первой странице газеты красочных фотографий тоже не подчеркивает ее серьезности и, следовательно, качества. Данные факты можно рассматривать как отличительную черту процессов, которые происходят в мире газет в настоящее время. Издания становятся более специализированными.

Известно, что одну и ту же новость можно осветить совершенно по-разному, поэтому не менее важным параметром сопоставительного анализа газетного материала является язык. Значения языка в данном контексте переоценить невозможно. Здесь нужно отметить, что если с точки зрения содержания и языка исследователи уделяют газетным СМИ огромное внимание, то

<sup>16</sup> См.: Добросклонская Т. Г. Указ. соч.

форматным признакам современных газет, и особенно в электронном варианте, внимания до недавнего времени уделялось мало.

Как показывает опыт, дизайн газеты является чрезвычайно важной ее характеристикой, так как вносит огромную долю в содержание такого понятия, как «имидж газеты», с которым часто путают «форматные признаки» и «дизайн» издания. Под «имиджем» газеты понимается определенный когнитивно-психологический образ. Имидж издания (*англ.* image - образ, изображение) - это устойчивое представление о газете или журнале, которое формируется у читателя. Впервые термин «имидж газеты» употреблен в книге С. М. Гуревича «Номер газеты»<sup>17</sup>, но чаще говорят «формат газеты». И хотя эти термины близки по смыслу, под «форматом газеты» подразумевают устойчивое сочетание определенной формы и содержания медиапродукции<sup>18</sup>, а под «имиджем издания» - обобщающий образ, порой нечеткий, на уровне чувств, воображения и реальности, который формируется на эмоциональном уровне и практически всегда лучше оригинала. Имидж складывается или создается в течение длительного времени под воздействием постоянных особенностей содержания издания, тематики и характера его публикаций, его взглядов и принципов и влияет на процесс подготовки и выпуска номера. Подход к форматным признакам газет в последнее время претерпел радикальные изменения, что особенно явно заметно на примерах электронных версий изучаемых качественных газет. Рассматривая непосредственно дизайн газет, можно выделить его пять важных составляющих, позволяющих сделать издание привлекательным<sup>19</sup>, - баланс, контраст, ритм, объединение и гармонию (Balance, Contrast, Rhythm, Unity, Harmony).

За последние годы можно наблюдать следующую тенденцию. Многие издатели, осознав важность хорошего дизайна, постоянно совершенствуют облик своих газет. В июне 2004 г. был изменен дизайн многотиражной

<sup>17</sup>Гуревич С. М. Номер газеты. М., 2002. С. 108.

<sup>18</sup> См. • Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. С. 75.

<sup>19</sup> Картер М А Современный дизайн газет. 1995. // www.internews.ru

воскресной газеты «The Buffalo News»<sup>20</sup>, Приведенная ниже иллюстрация показывает изменение, несомненно, способствующее более легкому восприятию текстов за счет смещения акцентов на главные фотографии, объединения полос под названием газеты.



Форматные признаки печатных и представленных в Интернете газет трансформируются, но можно наблюдать, что и WEB-технологии преобразуют внешний облик традиционных СМИ. В оформлении газет появляются виртуальные черты: стрелки, пиктограммы, кнопки, маркеры и «гиперссылки» (подчеркивания), целые полосы оформлены в виде «браузер» (окон просмотра). Такое изменение - результат использования компьютерных технологий в выпуске «бумажных» СМИ и условие выживания в эпоху стремительного развития электронных носителей информации во всем мире.

<sup>20</sup> Комментарий Джима МакБи (Jim McBee), 19.05.2004, // [Visualeditors.com](http://Visualeditors.com)

Что касается дизайна электронных газет, то сетевые издания более красочны, чем их печатные варианты. Интернет предоставляет возможность использовать элементы мультимедиа: просмотр видео, прослушивание аудиозаписи, применение бегущей строки и java-скриптов. И здесь необходимо добавить, что «под мультимедиа понимается взаимодействие визуальных и аудиоэффектов под управлением интерактивного программного обеспечения. Обычно это означает сочетание текста, звука и графики, а в последнее время все чаще - анимации и видео»<sup>21</sup>.



Практически в работе была предпринята попытка ответить на вопрос, которым задаются многие современные исследователи, изучающие социокультурную динамику прессы: есть ли будущее у печатных газетных средств массовой информации и каковы перспективы развития газетных СМИ в различных видах их существования?

Проанализировав печатные и сетевые варианты качественной газетной прессы Великобритании и США, мы пришли к ряду интересных выводов, которые приведены в Заключении настоящей работы..

1. Качественная пресса Великобритании и США действительно претерпевает в настоящее время значительные изменения. Газеты некоторое время

<sup>21</sup> Шлыкova О. В. Культура мультимедиа Учеб. пособие для студентов. М. 2004. С. 13

сопротивлялись таким изменениям, как цветная печать, увеличение количества рекламы, печатание менее качественных материалов и менее серьезных статей. Описываемый процесс зашел так далеко, что некоторые специалисты по данному вопросу (прежде всего западные) главной функцией средств массовой информации в настоящее время называют функцию развлечения (игры). Нам представляется не очень целесообразным такое смещение важности функций СМИ, так как в подобном случае СМИ пришлось бы переименовать в СМР - средства массового развлечения. Достаточно взглянуть на первые страницы качественных газет Великобритании и США, чтобы понять, что издания все-таки являются источником информации, причем информации серьезной и важной, а не развлекательной.

2. Функции средств массовой информации расширили свои границы за последние десятилетия. Специалисты выделяют следующие функции СМИ для общества: информирующую, развлекательную, образовательную, рекламную и идеологическую. На уровне индивидуума функции СМИ классифицируются несколько иначе: функции социализации, ориентации, связи и психологической разрядки. СМИ не только информируют, как раньше, но и выполняют культуuroобразующую функцию.

3. Несмотря на то, что современные гиганты медиарынка, которыми являются качественные газеты Великобритании и США, переживают достаточно сложный период в своей истории, автор настоящей работы считает несвоевременным разговор о гибели изданий. Необоснованными выглядят и высказывания таких корифеев современных компьютерных технологий, как Билл Гейтс, которые заявляют, что современные высокие компьютерные технологии, прежде всего Интернет, ведут к неминуемой гибели газет. Анализ качественных газет Великобритании и США как в печатной версии, так и в электронной, говорит о преждевременности таких выводов. Издания претерпели значительные изменения в самом недавнем прошлом. Пожалуй, самое значимое из этих изменений: пресса становится все более и более конъюнктурной, в результате чего качественная пресса стала менее элитарной.



С другой стороны, нельзя отрицать того факта, что именно в настоящее время пресса Великобритании и США по праву может называться "четвертой властью", так велико ее влияние на все сферы жизни современного общества, и прежде всего на формирование общественного мнения.

4. Хотя многие исследователи сравнивают средства массовой информации как в высшей степени динамичную структуру с зеркалом, которое отражает языковые и культурные процессы, происходящие в современном обществе, в последнее время эта метафора не вполне отражает роль СМИ в современной жизни. Исследователи считают, что масс медиа не просто отражают, но реконструируют события, влияя на культуру общества и формируя систему ценностей современного человека

5. Говоря о конкуренции печатных версий тех же изданий со своими электронными аналогами, на наш взгляд, преждевременно судить о полном вытеснении печатных газет электронными. Слишком велика привычка разворачивать по утрам свою любимую газету. Эта привычка выработалась у людей за долгое время, заменить ее чтением газеты с монитора компьютера получится не очень скоро, так как не для всех читателей это является возможным или лучшим вариантом.

6. В результате проделанного анализа динамики качественной газетной прессы Великобритании и США можно заметить, что версия газеты в электронном виде обладает как преимуществами, так и недостатками, которые учитываются потенциальным читателем в каждом конкретном случае. Газеты в электронном виде имеют положительные стороны. Версии любой газеты (у которой есть свой сайт в Интернете) доступны; электронные версии газеты интерактивны (интерактивность является, пожалуй, одним из важнейших положительных отличительных черт газеты в электронном виде); интерактивность современных электронных газет развита до такой степени, что часто читатель становится соавтором газеты; современная газета в своей электронной трактовке вобрала в себя некоторые черты других СМИ, которые недостижимы печатной газетой в принципе - возможность использования на

сайтах газет аудио- и видеоматериалов; возможность применения современных Интернет-технологий: бегущей строки, java-скриптов, баннеров.

К отрицательным чертам электронных газет относятся: необходимость иметь современный мощный компьютер для прочтения газеты; необходимость подключения к Интернету; неудобство чтения с экрана компьютера; ограничение размером экраном монитора части страницы газеты, которую видит читатель.

Как уже сообщалось, каждый конкретный читатель в состоянии проделать анализ всех этих плюсов и минусов и как следствие такого анализа выбрать газету именно в том варианте, который подходит ему в настоящий момент. Здесь хотелось бы отметить, что один и тот же читатель может выбрать то печатную версию своей любимой газеты, то электронную в зависимости от своих жизненных условий и потребностей. Мы не противопоставляли бы две версии одной и той же газеты, как непримиримых врагов. Нам они видятся как взаимодополняющие варианты того, без чего современный человек не мыслит своего комфортного существования, - газетной прессы.

7. Рассмотрев качественную газетную прессу Великобритании и США в сравнительно-культурологическом аспекте и сопоставив ее на уровне содержания, мы увидели, что СМИ являются неисчерпаемым источником для изучения лингвистических процессов. Темы, жанры изданий предоставляют исследователям много нового практического материала.

8. Проанализировав качественные газеты США и Великобритании на уровне языка, следует отметить, что именно язык газет уникален по той скорости, с какой в нем образуются новые лингвистические единицы. Имеется в виду английский язык, но нам представляется возможным проведение подобного анализа печатных и электронных СМИ и на других языках. Изучение текстов СМИ трудно переоценить в процессе обучения студентов - будущих лингвистов, журналистов и переводчиков.

9. При сопоставлении прессы США и Великобритании на уровне форматных признаков были выполнены следующие задачи: дано определение имиджа

издания, рассмотрены особенности современного дизайна сетевых и печатных изданий двух стран и изложены основные выводы, вытекающие из сравнительно-культурологического анализа прессы Великобритании и США, проводимого на уровне дизайна.

Самые разнообразные тексты СМИ являются интересным материалом для дальнейших исследований. Современная журналистика, как и средства массовой информации, отличается от той, какой она была в недавнем прошлом. Особое внимание должно быть также уделено дальнейшему развитию газет в электронном виде как наиболее современных и динамичных разновидностей СМИ.

**Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:**

- 1) Динамика развития сетевых изданий (газет) в США // Актуальные вопросы современной науки. № 2 (17). М., 2004.
- 2) Достоинства и недостатки языка газеты // Материалы Международной научно-практической конференции, Саратов, 30-31 марта, 2004: Под ред. док. соц. наук, проф. Елютиной М. Э. Саратов, 2004.
- 3) Построение и имидж газеты (на материале печатных изданий Великобритании, США и России) // Аспирант и соискатель. № 2 (21). М., 2004.
- 4) Формат газеты в социокультурном аспекте (на материале изданий США, России и Великобритании) // Сборник тезисов студентов, аспирантов и молодых ученых Международной научной конференции «Ломоносов-2004»: в 2 т.- Т. 2, М., 2004.

№ 2 1 6 4 0

РНБ Русский фонд

2005-4

20963

Напечатано с готового оригинал-макета

Издательство ООО "МАКС Пресс"

Лицензия **ИД N** 00510 от 01.12.99 г.

Подписано к печати 08.09.2004 г.

Формат 60x90 1/16. Усллечл. 1,75. Тираж 100 экз. Заказ 343.

Тел. 939-3890, 939-3891, 928-1042. Тел./факс 939-3891.

119992, ГСП-2, Москва, Ленинские горы, МГУ им. М.В. Ломоносова,  
2-й учебный корпус, 627 к.