

К вопросу о лингвистических средствах выражения социальных различий в прессе Великобритании

В.В. Игнатенко

В статье рассматриваются основные тенденции современного газетного языка, используемого в британской прессе и рассчитанного на читателей разного социального уровня. Сравнение текстов статей «качественных» изданий и таблоидов позволяет выделить языковые средства, различающиеся в зависимости от читательской аудитории.

Язык газеты, являющийся непосредственным отражением изменений, происходящих в обществе и культуре, всегда привлекал внимание лингвистов. Такие современные процессы, как глобализация и демократизация общества, развитие информационных и других технологий, оказывают самое непосредственное влияние на газетный язык, который сразу реагирует на происходящие в обществе события.

Развитие глобального общения, расширение доступа к информации через Интернет и повышение благосостояния ведут к росту осведомленности большинства людей о мировых событиях и уравниванию позиций коммуникантов в данной сфере дистантного общения, что, в свою очередь, приводит к возникновению схожей тематической направленности газет.

Настоящее исследование нацелено на выявление лингвистического отражения социальных различий в британской прессе. Необходимо сразу отметить, что происходящие в мире демократические изменения проявились и в том, что в современной Великобритании заметно определенное размывание социальных барьеров. Например, К. Фокс подчеркивает, что пред-

ставители высшего общества становятся более открытыми для простых граждан: они создают благотворительные фонды, их дети общаются со сверстниками из других слоев общества, и теперь, когда образование стало общедоступным, человек может проложить себе путь наверх и добиться успеха¹.

Традиционно социальные различия и вызываемое ими неравенство определялись в британском обществе существованием аристократии и ее квинтэссенции в виде монархии. В настоящее время, как пишет современный британский исследователь социальной стратификации Дж. Голдторп, на первый план в качестве индикаторов социальных различий в британском обществе выдвигаются образ жизни и потребления («lifestyle and consumption»)², проявляемые прежде всего через обстановку и убранство домов, марку машины, выбора одежды и газеты.

Многие социальные процессы, и в первую очередь социальное расслоение, повлияли на то, что большинство газет сформировали свои читательские аудитории. В стране с многовековыми традициями и богатой историей газеты с давнего времени отражают разные политические

Игнатенко Валерия Викторовна – аспирант МГИМО(У) МИД России, преподаватель кафедры английского языка №5 МГИМО(У) МИД России. E-mail: v.v.i.2009@mail.ru

взгляды. Так, читатели ежедневных газет *The Guardian*, *Mirror* всегда поддерживали лейбористскую партию, а читатели *The Daily Telegraph*, *Daily Mail* отдавали предпочтение партии консерваторов. Мы опираемся на классификацию ежедневных изданий газет Великобритании, представленную Дж. Голдторпом³, в которой он выделяет четыре типа газет в зависимости от социальной принадлежности читателя:

1. «Качественные» широкоформатные газеты («broadsheets»): *The Financial Times*, *The Guardian*, *The Daily Telegraph*, *The Times*.

2. Таблоиды, адресованные представителю средней прослойки общества («middlebrow tabloids»): *Daily Express*, *Daily Mail*, *Morning Star*.

3. Таблоиды («redtop tabloids»): *Mirror*, *Daily Star*, *Sun*.

4. Региональные, местные и другие газеты.

Объектом исследования в данной работе выступают тексты статей в «качественных» газетах и таблоидах, адресованных представителям средней прослойки общества («middlebrow tabloids»), поскольку эти газеты ранее не получали достаточного изучения в контексте социальных различий. Сравнивая эти два типа газет, необходимо отметить, что в тематическом плане «качественные» газеты отличает глубокое освещение внутривластных и международных тем, большое количество аналитических статей, наличие рубрики «Court&Social», посвященной событиям из жизни королевского двора и приближенных к нему кругов, а также присутствие некрологов об известных личностях. Эти особенности указывают на адресованность данных газет эрудированному читателю, с определенными фоновыми знаниями.

Представители этой читательской аудитории способны к аналитическому мышлению и характеризуются эмоциональной сдержанностью вследствие особенностей воспитания, образования и воздействия среды. Таблоиды, ориентированные на среднюю прослойку населения, отличающаяся более поверхностным и эмоциональным выражением и восприятием мыслей, имеют узколичностную и мелкосоциальную направленность, большее количество иллюстраций. Здесь присутствуют рубрики о жизни знаменитостей («Day&Night») и необычных событиях в жизни простых людей («Life», «Express yourself»), рубрика о женщинах и для женщин «Femail Magazine» (игра слов – дословно: письма от женщин).

Выявление социальных различий в языке газет подразумевает, по нашему мнению, исследование корреляции газетного материала с социальным положением читательской аудитории. Языковые средства, таким образом, становятся носителями социальных различий или, по выражению Л.П. Крысина, маркерами принадлежности говорящего к той или иной социальной среде⁴. С другой стороны, прагматическая направленность газет заставляет журналистов использовать выразительные средства языка

для привлечения потенциальных читателей. Соответственно передающая сторона должна создать такие вербальные знаки, которые будут поняты и осмыслены принимающей стороной.

Для анализа языкового материала рассмотрим такие общепризнанные и проверенные временем и мировым сообществом издания, как *The Daily Telegraph*, *Daily Mail*, *Daily Express*. Первое, что обращает на себя внимание, это присутствие определенного артикля в названии газеты первого типа – *The Daily Telegraph*, что подчеркивает ее более высокое положение, и его отсутствие в названии второго типа – *Daily Express*, *Daily Mail*. Обращение к первым страницам газет позволяет выделить различие в объеме статей: в газете *The Daily Telegraph* может быть размещено примерно три–пять статей, в то время как в *Daily Express*, *Daily Mail* – две три статьи.

Например, первая страница газеты *The Daily Telegraph* от 20 февраля 2012 г. включает следующие пять заголовков:

- 1) «Bank chiefs stripped of £1m bonus»;
- 2) «Teacher killed as coach crashes on return from ski trip»;
- 3) «Murder of vicar and former teacher linked, say police»;
- 4) «University policies 'are damaging economy'»;
- 5) «Pack away your overcoat, spring's on its way»⁵.

В газете *Daily Mail* той же даты находим три заголовка:

- 1) «Baking helped heal my broken heart by Mary Berry»;
- 2) «Suspend back to work tsar»;
- 3) «Teacher dies in school trip coach horror»⁶.

В приведенных примерах в газете *The Daily Telegraph* присутствуют две статьи на политическую тему, три – на социальную, в то время как две из трех статей в газете *Daily Mail* носят социальную направленность и одна – политическую. В целом можно отметить большее количество статей о внешней и внутренней политике в газете *The Daily Telegraph* по сравнению с *Daily Mail*.

То, что газеты выносят на первую страницу, является важным и в прагматическом плане – это те новости, на которых акцентируется внимание потенциальных читателей. Эти новости чаще не являются общими для газет, ориентированных на разные аудитории. Так, в приведенных примерах мы находим лишь одно тематическое совпадение – о шокировавшей всю Великобританию аварии школьного автобуса в Европе. В силу характера данного трагического события обе газеты выделили значительное место цитированию слов очевидцев, пострадавших и представителей ответственных организаций. Тем не менее разница в освещении заключается в том, что газета *Daily Mail* больше отражает чувства пострадавших и очевидцев (*strenuous journey, terrified pupils were jolted awake to find their coach airborne, heart-rendering*

Twitter messages), а газета The Daily Telegraph дает сжатый отчет об аварии (school skiing trip, with four pupils understood to be in a serious condition in hospital, consular teams had also been sent to the scene to provide assistance).

Проанализируем, к каким языковым средствам прибегают авторы статей для воздействия на читателя. Так, если взять статьи в газетах The Daily Telegraph и Daily Mail от 18 декабря 2011 г., посвященные реакции Ника Клейгга, главы теневого кабинета, на действия премьер-министра Дэвида Кэмерона в поддержку института брака, то можно выделить следующие особенности. В газете The Daily Telegraph⁷ в заглавии статьи употребляется слово *attack* из военного лексикона: «Nick Clegg attacks Conservative plans to give married couples tax breaks», в то время как в заголовке газеты Daily Mail⁸ присутствует экспрессия при употреблении слова *lampoon*: «Now Clegg lampoons Cameron's support for marriage as a 1950s throwback». Сравнивая значение слова *attack* (to speak or write against something, especially with vigor; criticize, denounce, censure) со значением слова *lampoon* (от фр. *lampon* – drinking song; to ridicule or discredit by means of a lampoon), мы видим большую эмоциональную окрашенность *lampoon*, сопряженную со снижением регистра общения⁹.

Данные заголовки задают тон всему повествованию. В газете The Daily Telegraph наблюдается сдержанность в высказываниях, выраженная в нейтральных словах политической тематики «contrast», «disagreement», «stance». В статье заметно стремление не столько подчеркнуть противопоставление двух сторон, сколько обосновать ту или иную точку зрения. Обе статьи изобилуют цитатами компетентных лиц, тем не менее в статье The Daily Telegraph также приводятся результаты научных исследований, изучающих институт брака. На аналитический характер подачи материала также указывает наличие в статье оборотов, отражающих, пусть опосредованно, через it или пассив, стремление осмыслить материал. Например, «It means...» «It is understood...». Образность создается путем использования ярких эпитетов: «bleak times», «embattled Deputy Prime Minister», а также использованием метафорически окрашенного глагола в обороте «to pige on hole marriage in such dated terms» (описывать брак такими старомодными терминами).

В газете Daily Mail заголовков, по нашему мнению, подкрепляет некоторую категоричность статьи, в которой, помимо прочего, противопоставлены мнения «pro-European» и «Euroceptics», что подтверждается в дальнейшем употреблением слов «fervently», «condemn», «disown» и характеризующих оппонента выражений «outdated nonsense», «provocative comments». Определенное расхождение во взглядах между Н. Клейггом как лидером либерал-демократов и Д. Кэмероном как лидером партии консерваторов в газете Daily Mail утрировано до уровня жесткого противопостав-

ления путем использования эмоционально-оценочных слов и выражений, например «implacable opposition», «rift», «challenge».

Итак, опираясь на приведенные примеры, можно говорить о том, что в газете Daily Mail заметна более экспрессивная стилистика, апеллирующая к чувствам и эмоциям читателей, в противопоставление более сдержанному изложению, взвешенности оценок в газете The Daily Telegraph. Приведем примеры из рубрики «Letters to the editor», представляющей интерес для нашего исследования, так как эта рубрика, являясь непрямо коммуникацией авторов статей с читателями, особенно наглядно показывает интересы читателей и отражает социальные различия. Сравнение этой рубрики в газетах The Daily Telegraph и Daily Express позволяет отметить следующие отличительные черты. Использование этикетного обращения «Sir» в газете The Daily Telegraph подчеркивает не только статус редактора, но и то, что дистантный диалог между редактором и читателем строится на принципах взаимного уважения. Анализируя тематику поступающих в газеты писем, отметим, что читатели The Daily Telegraph от 29 декабря 2011 г. волнуют вопросы истории («A key role for the Scouts in the 1948 Olympics»), взаимоотношения Великобритании и Шотландии («Voting on the Union»)¹⁰. Для газеты Daily Express же характерна бытовая направленность писем, например «Should schools replace books with tablets?», «Make it 10 years' jail for carrying lethal weapons», «Tragic results of a soft approach to punishment»¹¹.

Собственное мнение, а порой и резкая критика выражается здесь путем использования побудительных, эмфатических конструкций, например «I was shocked to read...», «What a brave move...», «Oh, how I agree...», эмоциональной лексики: «Our meddling archbishop must keep out of politics», «I read with disgust the story of...», «I compliment with Julie Welch», «I am always appalled at...» и др.

В газете The Daily Telegraph подобная речевая стратегия носит имплицитный характер благодаря различным модальным и вводным конструкциям: «drinking spritzers may not be...», «There is much to be said for both parties...», «I wonder if I might...», «Shopping habits and society may have changed, but...» и т.д. Данные иллюстрации могут служить лингвистическим мини-отражением социальных различий.

На основе всего вышеупомянутого можно сделать следующие выводы:

– во-первых, под воздействием глобальных факторов, а также с развитием демократических процессов и с ростом осведомленности читателей отмечается уравнивание позиций коммуникантов и определенное сближение тематики статей даже в газетах, рассчитанных на различную социальную аудиторию;

– во-вторых, анализ материала британских газет, ориентированных на разные социальные группы, позволяет выявить различные языко-

■ Филология

вые средства, используемые в зависимости от социальной принадлежности читательской аудитории. В текстах «качественных» изданий газет авторы побуждают потенциального читателя к объективному анализу путем использования образных выражений, научных терминов. Наоборот, в текстах таблоидов, адресованных среднестатистическому жителю, основной акцент делается на личностях и иллюстрациях с «кричащими» эпитетами, характерными для

разговорного стиля и императивными конструкциями.

Ignatenko V.V. Linguistic Means of Reflecting Social Differences in British Press.

Summary: *The article deals with the main tendencies of modern British newspaper language addressed to readers with different background. Comparing texts in «quality» newspapers and «middlebrow» tabloids allows to reveal linguistic means differing according to social audiences.*

Ключевые слова

Социальные различия, язык газеты, социальная стратификация, британская пресса.

Keywords

Social differences, newspaper language, social stratification, British press.

Примечания

1. Фокс К. Наблюдая за англичанами. Скрытые правила поведения / Пер. с англ. М.: РИПОЛ классик. 2008. С. 437.
 2. Goldthorpe J.H., Chan T.W. Social status and newspaper readership. *American Journal of Sociology*. Volume 112, number 4, January 2007. P. 1103.
 3. Там же. P. 1108.
 4. Крысин Л.П. Социальная маркированность языковых единиц // *Вопросы языкознания*. 2000. № 4. С. 26.
 5. *TheDailyTelegraph* 20 February 2012.
 6. *Daily Mail* 20 February 2012.
 7. Watts R. Nick Clegg attacks Conservative plans to give married couples tax breaks, *The Daily Telegraph*, 18 December 2011 [электронный ресурс] // <http://www.telegraph.co.uk/news/politics/nick-clegg/8963429/Nick-Clegg-attacks-Conservative-plans-to-give-married-couples-tax-breaks.html>
 8. Carlin B., Owen G. Now Clegg lampoons Cameron's support for marriage as a 1950s throwback, *Daily Mail*, 18 December [электронный ресурс] // <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2075653/Now-Clegg-lampoons-Camerons-support-marriage-1950s-throwback.html#ixzz1gt2J3h2o>
 9. Longman Modern English Dictionary. Ed. O. Watson. Longman Group Limited, 1968. – 1286 PP.
 10. Letters to the editor // *The Daily Telegraph*, 29 December 2011. – P. 21.
 11. Letters // *Daily Express*, 29 December 2011. – P. 31.
-