

ФЕНОМЕН BBC (British Broadcasting Corporation): ЦЕННОСТНЫЙ И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

PHENOMENON OF BBC (British Broadcasting Corporation): VALUABLE AND LINGUISTIC ASPECTS

E. Podolskikh

Annotation

The article is devoted to the research of phenomenon of BBC and its components. Within the given research work we considered valuable and linguistic aspects which form together phenomenon of BBC.

Keywords: phenomenon, mass-media, television, program, content, BBC English.

Подольских Екатерина Анатольевна
Аспирант, Самарская
Государственная Академия
Культуры и Искусств

Аннотация

Статья посвящена исследованию феномена BBC и его составляющих. В рамках проведённого исследования были рассмотрены ценностный и лингвистический аспекты, которые вместе и составляют феномен BBC.

Ключевые слова:

феномен, СМИ, телевидение, программа, контент, BBC английский.

В конце XX – начале XXI века складывается такая система массовой коммуникации, которая позволяет распространять информацию на практически неограниченную аудиторию. Поэтому СМИ становятся реальной силой, оказывающей значительное влияние на жизнь общества. СМИ влияют на сохранение единства общества и на формирование общественного мнения; на сознание людей и на систему духовных ценностей; на национальную культуру и на речевую практику социума.

Существует несколько подходов к определению СМИ, но все они сходятся в следующем: Средства Массовой Информации (сокращённо "СМИ", также "масс-медиа") – организационно-технические комплексы, которые обеспечивают быструю передачу и массовое тиражирование словесной, образной и музыкальной информации с целью массовой коммуникации [10].

СМИ имеют следующие признаки: 1) массовость, 2) периодичность, 3) принудительность.

Развитие механизма обратной связи, то есть наличие формальной возможности влияния или выражения своего мнения со стороны слушателей, зрителей и читателей придаёт масс-медиа характер не однонаправленной коммуникации, в связи с этим СМИ в социологии называются "средствами массовой коммуникации", первопроходцами в изучении которых были Ч. Кули, Р. Парк, У. Липпман и многие другие.

Изучение медиа-ресурсов (телевидение, радио, интернет-сайты) вызывает в последнее время огромный интерес, и дело не только в том, что СМИ занимают большую часть свободного времени среднестатистичес-

кого жителя планеты Земля. СМИ становятся реальной силой, оказывающей значительное влияние на жизнь социума, они влияют на сохранение единства общества и на формирование общественного мнения; на сознание людей и на систему духовных ценностей; на национальную культуру и на речевую практику социума. Средства массовой информации, не являясь константой, находятся в постоянном изменении и развитии, и именно телевидение, радио и Интернет являются проводниками между процессами обновления языка и обществом.

Согласно исследованиям, проведённым американской организацией Pew Research Center for the People & the Press, в 2008 году Интернет в США стал более важным источником информации, чем ежедневные газеты. Около 40 % опрошенных этой организацией людей сообщили, что для ознакомления с новостями используют интернет-источники, такие, как электронные версии обычных газет или специализированные новостные сайты. Газеты читают лишь 35 процентов опрошенных. Тем не менее, телевидение продолжает оставаться самым популярным источником новостей и развлечений: около 70 процентов опрошенных сообщили, что следят за новос-



тями через телевидение. Примерно ту же ситуацию можно проследить и в других странах мира. Будучи самым доступным видом досуга, телевидение способно не только проинформировать и предостеречь, но и мотивировать и направить; развлечь, удивить и обескуражить.

Современное телевидение – мощнейшее средство социального управления, являющееся проводником любых преобразований, политических и социальных изменений. Демография, здравоохранение, жилье, трудности социально уязвимых групп ? актуальные проблемы социальной сферы ? составляют сегодня значительную часть телевизионного контента, заполняют как его новостную и аналитическую, так и развлекательную части, формируя при этом довольно пестрый и противоречивый информационный фон, соединяя пиар социальной политики, журналистские расследования, скандалы и светские разговоры, мозаику новостей и рекламу. Исследованиями в области телевидения занимались такие учёные как Г.Н. Склярёвская, В.Г. Костомаров, Р.Г. Бухарцева, И.М. Дзялошинский, Г.С. Мельник, В.Ф. Олешко, Е.Е. Пронина, В.В. Никандров, А.А. Бодалев, Л.П. Буева, В.А. Кан-Калик, А.А. Леонтьев и многие другие. Но несмотря на достаточное количество научных трудов в области отечественного телевидения, зарубежное ТВ по-прежнему остаётся малоизученным направлением в России. В нашей статье мы остановились на рассмотрении особенностей телевизионного контента корпорации ВВС, которая "сегодня является мировым лидером по производству программ для телевидения и радио" [1]. Кроме того, именно телеканалы ВВС являются образцом для всех специалистов в области телевидения. Несколько лет назад российский бизнесмен Владимир Потанин установил традицию выдавать гранты лауреатам премии "ТЭФИ" для прохождения стажировки во всемирно известной английской телекомпании ВВС. А известный специалист в области телеиндустрии В. Познер охарактеризовал английское телевидение следующим образом: "Телевидение Великобритании – эталон для всех телевизионщиков мира: оно, как британская мода, всегда на шаг впереди. Можно взглянуть на то, что они смотрят сейчас, и понять, что мы будем смотреть в следующем сезоне".

Несмотря на стабильную популярность корпорации ВВС и лингвистическую ценность аутентичного телевизионного продукта для изучающих английский язык как иностранный, сегодня невозможно говорить о достаточной теоретической разработке вопросов изучения феномена ВВС. В статье-тезисах на примере ценностного и лингвистического аспектов будут рассмотрены составляющие феномена ВВС.

ВВС: название и содержание. Аббревиатура ВВС известна на весь мир. ВВС (по-английски British Broadcasting Corporation) на русский язык переводится как "Британская широковещательная корпорация", и слово "широковещательная" здесь не является случайным, т.к. корпорация ВВС осуществляет не только теле-

радиовещание, но и владеет множеством интернет-ресурсов. Кроме того, вещание данной корпорации выходит далеко за пределы родной Великобритании, распространяясь по разным континентам, за что ВВС и стала называться всемирной службой.

Структура ВВС. Объединение ВВС не относится к числу государственных СМИ, а "представляет собой общественную организацию с контрольным советом, состоящим из 12 попечителей, назначаемых английской королевой" [2].

История создания ВВС. Компания была основана в 1922 году и имеет почти столетнюю историю. Всё началось с вещания на 25–40 тысяч домов, во время Второй Мировой Войны наступил период полной тишины, т.к. УКВ-передачи служили хорошим пеленгом для немецких бомбардировщиков, кроме того, инженеры и техники, работавшие на ВВС, были задействованы в военных целях. В 1946 году вещание корпорации ВВС было возобновлено и через небольшой отрезок времени она стала транслировать программы для широкого круга слушателей и зрителей. Со временем корпорация ВВС не раз становилась пионером в различных направлениях, к примеру, один из каналов этого объединения ВВС 2 стал первым из британских каналов, осуществляющих вещание в диапазоне ультравысоких частот, позже этот же канал стал первым каналом в Европе, транслирующим передачи в цвете по схеме PAL. Кроме того, именно этот канал не транслировал "мыльные оперы" и обычные новости, которые в то время были особо популярны.

ВВС стремительно обрела своё ни на кого не похожее "лицо" и стала визитной карточкой туманного альбиона.

ВВС сегодня. Сегодня корпорация ВВС по-прежнему бесспорный лидер. Ей принадлежат два эфирных и три кабельных телеканала Великобритании, 14 национальных цифровых радиостанций, несколько интернет-сайтов и около 40 журналов. Вещание осуществляется на 32



языках. Гордостью BBC является круглосуточный новостной канал BBC World News, а радио-контент составляют новости, радиопостановки, спорт и музыка разных стилей и направлений.

BBC коммерчески выгодный проект, объединение существует благодаря специальному сбору, который платят все жители страны, у которых дома есть телевизор; в среднем, чуть менее 200 долларов в год с семьи. "Эта сумма не зависит от количества проживающих в доме или квартире людей или устройств, способных принимать телевизионный сигнал" [3]. За год эта сумма составляет порядка 5,5 млрд. долларов. Таким образом, "BBC финансируется непосредственно жителями Соединенного Королевства Великобритании и Северной Ирландии, что позволяет корпорации быть полностью независимой от интересов рекламодателей, акционеров или политиков" [3].

Юридическую сторону проекта контролирует Хартия (т.е. Устав, по которому существует Британская телерадиовещательная корпорация), она действует с 1927 года и обновляется каждые 10 лет. "В соответствии с Хартией, BBC управляется Советом попечителей BBC, который определяет стратегические направления развития BBC и обязан представлять интересы жителей Соединенного Королевства Великобритании и Северной Ирландии, оплачивающих лицензию на право просмотра телевидения. Этот сбор формирует бюджет Британской вещательной корпорации" [3].

Совет отвечает за то, чтобы все информационные материалы интересовали, в первую очередь, британскую аудиторию. Сами сотрудники корпорации BBC уверены в том, что их миссия – "обогащать жизнь людей программами и услугами, которые информируют, обучают и развлекают" [3]. BBC стремится быть "наиболее креативной организацией в мире" [3]. К ценностям BBC, опубликованным на официальном сайте компании, относят следующие:

- ◆ Доверие – основа BBC, мы независимы, беспристрастны и честны.
- ◆ Аудитория – главное во всём, что мы делаем.
- ◆ Мы гордимся качеством своей работы.

- ◆ Творчество – кровь и плоть нашей организации.
- ◆ Мы уважаем каждого и предоставляем каждому возможность делать то, что он делает лучше всего.
- ◆ Мы – единая BBC: когда мы работаем вместе, мы можем многое.

Лингвистическая составляющая феномена BBC

Помимо всех вышеперечисленных составляющих феномена BBC стоит отметить и лингвистическую, т.к. эфирный контент корпорации BBC является образчиком англоязычной речи для многомиллионной аудитории BBC. Идеализированной стандартной формой "правильного" английского языка в Великобритании считается Received English (термин придумал самый известный английский фонетист Даниэль Джоунз), иначе именуемый как Royal English (Queen's English) или BBC English. "В исследовании по диалектологии он принимается за основу при определении фонетических, семантических и синтаксических различий в других региональных и социально-классовых диалектах" [4]. Нормативный английский стали называть BBC English потому, что в наши дни это произношение стало отличительной чертой речи дикторов BBC; также на нем говорит небольшой процент образованных жителей юго-востока Англии (например, Лондона, Оксфорда, Кембриджа). Сегодня Received Pronunciation/Royal English/BBC English с большим интересом изучают не только лингвисты всего мира, но и множество людей, твердо решивших иметь хорошее английское произношение, именно поэтому в качестве исследовательской платформы мы выбрали телевизионный контент корпорации BBC.

Корпорация BBC возникла в 20-е годы прошлого столетия и именно тогда были сформулированы основные требования к телевидению: информировать, просвещать и развлекать. Телевидение BBC вот уже почти 100 лет успешно справляется с этой задачей, кроме этого оно играет важную образовательно-просветительскую роль, именно поэтому мы считаем, что изучение информационного наполнения телеканала BBC является крайне интересным и важным.

ЛИТЕРАТУРА

1. <http://www.smi.ru>
2. <http://www.bbc.co.uk> How the BBC is run.
3. <http://www.bbc.co.uk> About BBC.
4. <http://mirslouvrei.com> Королевский английский.
5. <http://www.uk.ru>
6. Маркова Н. Глобальные интересы и СМИ// Народное образование, 10, 2009.
7. Поликарпова Е.В. Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе, Ростов-на-Дону, 2002.
8. Фортунатов А.Н. Проблемы истории телевидения: философский и культурологический подход. Курс лекций, Нижний Новгород, 2007.
9. Якушев И. Британская радиостанция BBC: история Великобритании, ЧТСГХ, 2011.
10. <http://www.daz.su>