

8. Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України: Закон України // Відом. Верховної Ради. — 1997. — N 45. — Ст. 284.
9. Про телебачення і радіомовлення: Закон України. // Відом. Верховної Ради. — 1994. — N 10. — Ст. 43.
10. Реклама и СМИ: история и перспективы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.vitrina.ru>
11. Реклама на телевидении [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.change-tv.ru/autobhtml0.php?filename=television/television\\_002.html](http://www.change-tv.ru/autobhtml0.php?filename=television/television_002.html)
12. Телевізійна реклама [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua./index.php?act=article&article=1178>

Надійшла до редколегії 22.12.2009 р.

УДК 070.48(410.1)“20”

О. М. КОЛІСНИК

## ТИПОЛОГІЯ ГАЗЕТНОЇ ПЕРІОДИКИ АНГЛІЇ

*Аналізується типологічна система сучасної газетної періодики Англії, розглядаються основні типоформувальні фактори англійських газет.*

**Ключові слова:** *типологія газетної періодики Англії, ареал розповсюдження, періодичність видання, адресат, час виходу газети, спосіб збуту, метод відтворення, характер розповсюдження, мова видання, тематична чи галузева спеціалізація.*

*Анализируется типологическая система современной газетной периодики Англии, рассматриваются главные типоформирующие факторы английских газет.*

**Ключевые слова:** *типология газетной периодики Англии, ареал распространения, периодичность издания, адресат, время выхода газеты, способ сбыта, метод воспроизведения, характер распространения, язык издания, тематическая или отраслевая специализация.*

*It is analyzed the typological system of modern newspaper periodicals of England, it is scrutinized the main typeforming factors of English newspapers.*

**Key words:** *the types of the newspaper periodicals of England, the sphere of the prevalence, the periodicity of the publication, the addressee, the time of the publication of the newspaper, the way of the sale, the method of the reproduction, the character of the prevalence, the language of the publication, the thematical specialization.*

Увага до сучасного стану зарубіжних засобів масової інформації значно посилюється в останні роки. Однак сучасні мас-медіа Англії залишаються одним із найменше вивчених пластів зарубіжного журналістикознавства.

Актуальність розгляду цієї теми детермінована теоретично-науковою та прикладною необхідністю такого дослідження, оскільки вперше проводиться комплексне і системне вивчення нинішнього стану газетної періодики медіа-ландшафту Англії, розкривається її типологічна характеристика. Зазначимо, що окремі аспекти розвитку сучасних друкованих ЗМІ Англії представлено в працях російських медіа-дослідників (С. І. Бєглов, Ю. М. Власов, В. С. Соколов, С. М. Виноградова, Б. І. Любимов, І. В. Марінко, В. А. Матвєєв, С. А. Михайлов, Є. Ф. Тельєн, І. В. Трубіцина, А. Г. Сафарова), українських учених (О. К. Мелешенко, Б. І. Черняков, Ю. М. Бідзіля, Б. В. Потятиник, С. Р. Блавацький, О. О. Кучерова), британських фахівців у сфері медіа (Дж. Карен, К. Сеймур-Ура, В. Раймонд, Ч. Селф, Дж. Тантал, М. Темпл, Д. Гріфітс, С. Косс, А. Лі), але поки що практично не порушувалося питання про системне вивчення англійської преси в усіх типологічних проявах.

**Мета** статті — здійснити комплексний аналіз типологічної структури газетної періодики Англії.

Англія — потужна газетна імперія, в якій задовольняються соціально-економічні, естетичні та навіть побутові смаки читачів. «За статистикою Всесвітнього банку, у 2000 р. на 1000 британців припадало 326 газет. Згідно з даними національної статистики, більше половини населення країни старше 15 років щоденно читає хоча б одну загальнонаціональну ранкову газету — 59% чоловіків і 50% жінок. До того ж, окрім лондонської газети, майже 90% британців щотижнево вибирають регіональні чи місцеві видання. Недільні газети читають 65% населення, регіональні й місцеві газети — близько 85,4%» [4, с. 36–37].

Система газетної періодики Англії розгалужена, але в ній є ознаки, за якими можна вибудувати певну типологічну структуру. Головними типиформувальними факторами англійських газет є:

- ареал розповсюдження (наскільки великою є територія розповсюдження газети);
- періодичність видання (як часто виходить друком газета);
- адресат (аудиторія, якій призначене видання);
- час опублікування (коли виходить друком);
- спосіб збуту (як або де продається газета);
- метод відтворення (яким чином представляється споживачеві);
- мова (якою мовою публікується);
- характер розповсюдження (яким чином газету отримують читачі: за гроші чи безплатно);
- формат;

- тематична чи галузева спеціалізація (якого тематичного спрямування дотримує видання).

За ареалом розповсюдження виділяють загальнонаціональні, регіональні й місцеві газети. Загальнонаціональні газети видаються в Лондоні та Манчестері й розповсюджуються загалом у межах країни (табл. 1). До цієї категорії нині входять 11 щоденних і 11 недільних періодичних видань.

Регіональні газети прив'язані до певної території виходу цих видань. Вони виходять за межами Лондона. Неможливо перелічити всі регіональні газети, тому назвемо найвідоміші та найпотужніші: «Yorkshire Post» (Лідс), «Eastern Daily Press» (Норвич), «The Northern Echo» (Дарлінгтон), «Manchester Evening News» (Манчестер), «Birmingham Evening Mail» (Бірмінгем), «Express and Star» (Вулверхемптон), «Liverpool Echo» (Ліверпул) тощо.

Територія розповсюдження місцевих газет є дуже малою. У них преважують новини регіонального масштабу, а національні та міжнародні події часто подаються з точки зору місцевих інтересів.

За періодичністю видання газети поділяють на щоденні й недільні. Щоденні газети виходять щодня, зазвичай, з понеділка до суботи, а в неділю — спеціальні випуски недільних газет, наклад яких значно вищий, порівняно зі щоденним.

Адресат, або аудиторія, якій призначене видання. В Англії прийнято диференціювати читачів газет на шість груп за їх належністю до певного соціального класу: А, В, С-1, С-2, D, E. «Група А — еліта аристократії і бізнесу, «вищий середній клас» (тобто велика буржуазія та високооплачувана інтелігенція). Група В — середня буржуазія, чиновники, висококваліфіковані робітники (одним словом, просто «середній клас»). Група С-1 — «нижчий середній клас» (дрібна буржуазія, професійна інтелігенція: вчителі, службовці та ін.). Група С-2 — кваліфіковані робітники. Група D — малокваліфіковані, різноробочі й інші низькооплачувані категорії трудящих. Нарешті, група E — студенти, пенсіонери, безробітні (тобто всі, хто живе на стипендії чи допомогу від держави)» [1, с. 13]. Використовуючи цю класифікацію, здійснювався поділ загальнонаціональної преси Англії на якісну (елітарну) і популярну (масову). Якісною пресою в країні вважають таку, аудиторія якої складає не менше 60% читачів групи АВС-1. Відповідно, в популярних газетах 60% читачів — представники групи С-2DE. У 90-х рр. ХХ ст. відбуваються зміни в диференціації загальнонаціональних газет: виникає третій розряд — преса так званого «проміжного» типу. «Ці видання, остаточно перейшовши на «таблоїдний» формат, почали активно заманювати в ряди своїх читачів багатьох з тих, хто раніше складав постійну кліентуру «якісних» газет» [1, с. 14].

Таким чином, за адресатом газети Англії можна поділити на три категорії: якісні, середньоринкові й популярні. Якісні газети зорієнтовані на реципієнтів, котрі воліють отримувати докладнішу інформацію з різних

Таблиця 1

## Загальнонаціональні газети

Газета, рік заснування	Тираж у липні 2009 р.	Тираж у липні 2008 р.	Зміни (у %)
<b>ЩОДЕННІ</b>			
Популярні (populars)			
The Sun (1964)	3,121,407	3,133,849	-0,4
Daily Mirror (1903)	1,340,028	1,443,413	-7,16
Daily Star (1978)	887,106	738,532	20,12
Daily Record (1903)	343,165	383,005	-10,4
Всього:	5,691,706	5,698,799	
Газети для середнього класу (mid-market)			
Daily Mail (1896)	2,178,640	2,270,616	-4,05
Daily Express (1900)	734,045	735,451	-0,19
Всього:	2,912,685	3,006,067	
Якісні (qualities)			
Daily Telegraph (1855)	818,937	857,861	-4,54
The Times (1785)	580,483	612,019	-5,15
Financial Times (1888)	397,600	423,575	-6,13
The Guardian (1821)	328,773	337,917	-2,71
The Independent (1986)	189,013	235,289	-19,67
Всього:	2,314,806	2,466,661	
<b>НЕДІЛЬНІ</b>			
Популярні (populars)			
News of the World (1843)	3,104,205	3,183,401	-2,49
Sunday Mirror (1963)	1,248,613	1,316,534	-5,16
The People (1881)	594,759	639,546	-7,0
Sunday Mail	419,076	468,444	-10,54
Daily Star Sunday (2002)	414,533	388,880	6,6
Всього:	5,781,186	5,996,805	
Газети для середнього класу (mid-market)			
Mail on Sunday (1962)	2,040,939	2,206,267	-7,49
Sunday Express (1918)	645,342	655,003	-1,47
Всього:	2,686,281	2,861,270	
Якісні (qualities)			
Sunday Times (1822)	1,190,936	1,159,231	2,74
Sunday Telegraph (1961)	602,495	619,637	-2,77
The Observer (1791)	398,330	428,372	-7,01
Independent on Sunday (1990)	160,395	200,451	-19,98
Всього:	2,325,156	2,407,691	

сфер суспільної проблематики, тобто призначені для аристократії і вищих верств суспільства. У країні налічується дев'ять якісних газет: п'ять щоденних («Daily Telegraph», «The Times», «Financial Times», «The Guardian», «The Independent») і чотири недільні («Sunday Times», «Sunday Telegraph», «The Observer», «Independent on Sunday»). Популярні (масові) видання, зазвичай, приваблюють тих читачів, яких цікавлять новини радше розважальні (часом незвичні й сенсаційні історії), котрі незмінно супроводжуються численними ілюстраціями. Це щоденні «The Sun», «Daily Mirror», «Daily Star», «Daily Record» та недільні «News of the World», «Sunday Mirror», «The People», «Sunday Mail», «Daily Star Sunday». Суми тиражів і продаж популярних газет значно перевищують показники якісних конкурентів, як щоденних (тираж популярних у липні 2009 р. — 5,691,706 екз., а якісних — 2,314,806 екз.), так і недільних (відповідно, наклад популярних — 5,781,186 екз., якісних — 2,352,156 екз.). Середньоринковим (проміжним) газетам «Daily Mail», «Daily Express», «Mail on Sunday», «Sunday Express» небезуспішно вдається балансувати між читачами двох попередніх типів.

Залежно від часу виходу друком видання диференціюють на ранкові й вечірні. У ранкових, зазвичай, висвітлюються події попереднього дня, а у вечірніх — поточного. До категорії ранкових належать ті газети, які починають функціонувати на медіа-ринку із сьомої години ранку. Це «Daily Mail», «Daily Express», «Daily Telegraph», «The Times», «The Guardian», «The Independent», «Daily Mirror», «Daily Star», «The Sun» тощо. Вечірні (evening) газети країни по суті є денними (afternoon), оскільки вони надходять до кіосків після полудня, доставляються передплатникам між першою і п'ятою годинами дня. Прикладами вечірніх газет Англії є «The Evening Echo», «Evening Standard», «Evening Gazette», «Evening News», «Evening Telegraph», «Evening Star», «Evening Press», «Evening Herald», «Bristol Evening Post».

За способом збуту можна виділити: передплатні газети (з поштовою чи кур'єрською доставкою або кабельними мережами), газети з реалізацією в пунктах продажу, змішаний спосіб розповсюдження (передплата плюс роздрібний продаж). Британський медіаринок побудований за принципом роздрібного продажу газет через кіоски преси. Практично всі газети реалізуються безпосередньо у вуличних пунктах продажу, передплати майже немає.

За методом відтворення газети бувають друкованими, Інтернет-видання (видання, які функціонують тільки в Інтернеті), мережеві аналоги друкованих газет («клони» немережевих видань). В Англії поряд з традиційною (друкованою) пресою чільне місце в системі ЗМІ посідає онлайн-журналістика. «Британські ЗМІ представлені в Інтернеті з 1994 р., коли була створена електронна версія «Daily Telegraph», а потім онлайн-варіанти «Guardian» і «Observer». Нині британський сектор онлайн-ЗМІ досить різноманітний: більшість — близько 90% британських друкованих ЗМІ — представлені в мережі» [4, с. 51]. Так, усі загальнонаціональні часописи

Таблиця 2

## Веб-сайти загальнонаціональних газет

Газета, рік заснування	Веб-сайт
<b>ЩОДЕННІ</b>	
Популярні (populars)	
The Sun (1964)	<a href="http://www.thesun.co.uk/">www.thesun.co.uk/</a>
Daily Mirror (1903)	<a href="http://www.mirror.co.uk/">www.mirror.co.uk/</a>
Daily Star (1978)	<a href="http://www.dailystar.co.uk/">www.dailystar.co.uk/</a>
Daily Record (1903)	<a href="http://www.dailyrecord.co.uk/">www.dailyrecord.co.uk/</a>
Газети для середнього класу (mid-market)	
Daily Mail (1896)	<a href="http://www.dailymail.co.uk/">www.dailymail.co.uk/</a>
Daily Express (1900)	<a href="http://www.express.co.uk">www.express.co.uk</a>
Якісні (qualities)	
Daily Telegraph (1855)	<a href="http://www.telegraph.co.uk">www.telegraph.co.uk</a>
The Times (1785)	<a href="http://www.thetimes.co.uk">www.thetimes.co.uk</a>
Financial Times (1888)	<a href="http://www.ft.com">www.ft.com</a>
The Guardian (1821)	<a href="http://www.theguardian.co.uk">www.theguardian.co.uk</a>
The Independent (1986)	<a href="http://www.independent.co.uk">www.independent.co.uk</a>
<b>НЕДІЛЬНІ</b>	
Популярні (populars)	
News of the World (1843)	<a href="http://www.newsoftheworld.co.uk">www.newsoftheworld.co.uk</a>
Sunday Mirror (1963)	<a href="http://www.mirror.co.uk/sunday-mirror/">www.mirror.co.uk/sunday-mirror/</a>
The People (1881)	<a href="http://www.people.co.uk">www.people.co.uk</a>
Sunday Mail	<a href="http://www.sundaymail.co.uk/">www.sundaymail.co.uk/</a>
Daily Star Sunday (2002)	<a href="http://www.dailystar.co.uk">www.dailystar.co.uk</a>
Газети для середнього класу (mid-market)	
Mail on Sunday (1962)	<a href="http://www.mailonsunday.co.uk/">www.mailonsunday.co.uk/</a>
Sunday Express (1918)	<a href="http://www.express.co.uk/">www.express.co.uk/</a>
Якісні (qualities)	
Sunday Times (1822)	<a href="http://www.sunday-times.co.uk">www.sunday-times.co.uk</a>
Sunday Telegraph (1961)	<a href="http://www.telegraph.co.uk">www.telegraph.co.uk</a>
The Observer (1791)	<a href="http://www.observer.co.uk">www.observer.co.uk</a>
Independent on Sunday (1990)	<a href="http://www.independent.co.uk/">www.independent.co.uk/</a>

Англії мають власні веб-сторінки у всесвітній мережі (табл. 2). Електронні версії газет практикують безплатний доступ до інформації для користувачів мережевого ресурсу.

За дослідженнями рейтингового агентства comScore, найпопулярнішим газетним сайтом є онлайн-версія газети «Guardian», кількість відвідувачів мережевого аналога щомісяця становить більше 4 млн. Друге місце в рейтингові найчитабельніших веб-сайтів британських газет посіла мережева версія «The Daily Telegraph» (3,9 млн.). На третій позиції — «The Times» — до 3 млн. користувачів.

Крім мережевих аналогів друкованої преси, у всесвітній мережі все частіше трапляються Інтернет-видання. Серед газет Англії до цієї категорії належать: «CWN News», «Daily Urdu Post», «Ivybridge Community News», «London Echo», «Surf London», «Tresco Times» тощо.

За мовною ознакою газети Англії можна класифікувати на англломовні для громадян Англії, англломовні для іноземців, іншомовні газети етнічних меншин. У країні публікуються англломовні видання для іноземців. Наприклад, газети «Asian Art», «Asian Lite», «Asian Times», «Eastern Eye» призначені для громадян азійського походження. Серед газет етносів афро-карибського регіону слід назвати «The Voice», «New Nation».

Велику кількість газет в Англії друкують представники етнічних меншин мовою останніх: китайські («Sing Tao», «Wen Wei Po»), арабські («Al-Arab», «Aaram News», «Al Haqaeq», «Al-Mushahid», «Al Quds Al-Arabi», «Al-Sharq Al-Awsat», «Az-Zaman», «Elaph»), російські («Лондонский курьер», «АНГЛиЯ», «Лондон инфо»), українські («Українська думка»), італійські («Pensiero Londinese»), польські («Dziennik Polski»), португальські («Brazilian»), японські («Japan Journals») тощо. Видання етнічних меншин друкують також мовами урду («Al Qamar Online», «Nawaijang London», «UK Time», «Urdu Post», «Pakistan Times UK»), бенгалі («UKBD News»), гуджараті («Gujarat Samachar»), хінді, панджабі.

За розповсюдженням англійські газети поділяються на дві групи: платні й безплатні. В останні роки на медіа-ринкові Англії особливо показова тенденція розвитку сектору безплатних газет, які існують здебільшого на кошти від реклами. Одразу три великі безкоштовні газети Лондона («Metro», «TheLondonpaper», «London Lite») змагаються за активну аудиторію, ведучи конкуруючу боротьбу між собою і традиційними платними газетами. «Metro» виходить друком з 1999 р. Аудиторія газети налічує один мільйон читачів (роздають у великих містах пасажиром на платформах метрополітену). Часописи «TheLondonpaper», «London Lite» реалізують з 16.30 способом «з рук у руки» — спеціальний персонал роздає газети на людних перехрестях, на підходах до станцій метро. Кожна з названих газет — це повноцінне інформаційно-рекламне видання, на десятках сторінках яких публікуються ті ж національні та міжнародні новини, що й в іншій пресі, а

також розміщується величезна кількість реклами. У Туманному Альбіоні циркулюють тисячі безплатних газет.

За форматом газети Англії диференціюють на широкоформатні (A2), таблоїдні (A3) і видання у форматі берлінер. Найпоширенішим різновидом є таблоїдні газети — малоформатні видання розміром 279x432 мм. Ідея виникнення таблоїдів полягає в тому, щоб газету зручно було читати в транспорті завдяки компактному формату. Першу таблоїдну газету світу «Daily Mirror» заснував лорд Норткліф у 1903 р. «Якщо в 1969 р. лише дві англійські газети належали до категорії таблоїдів — «Daily Mirror» і «Daily Sketch», — то в 1979 р. всі англійські національні масові газети виходять друком у формі таблоїда» [7, с. 42]. Першою з категорії якісних газет від широкого формату відмовилась газета «The Independent» (весна 2003 р.). У 2004 р. до А3 звернулася й авторитетна «The Times». Приклад «The Independent» та «The Times» наслідували також інші газети. Нині в Англії з усіх якісних газет лише «Daily Telegraph», «Financial Times», «The Sunday Telegraph» і «Sunday Times» зберігають широкий формат А2.

У так званому форматі «берлінер» (найбільший з усіх зменшених форматів — 315x470 мм; проміжний формат — посередині між повним розміром і таблоїдом — створений спеціально для інтелігентних жінок та деяких низькорослих чоловіків, які хотіли читати якісні газети, але не могли собі цього дозволити, оскільки їхні короткі руки не справлялися з великими незграбними сторінками, особливо в громадському транспорті), з вересня 2005 р. друкується щоденна газета «Guardian».

За тематичною чи галузевою спеціалізацією розрізняють: загальноінформаційні (універсальні); спортивні («Green ?Un», «League Weekly», «Sport First», «Your Sport»); ділові («City A. M.», «Financial Times», «Crain's Manchester Business»); релігійні («The Baptist Times», «The Catholic Herald», «The Catholic Times», «The Church of England Newspaper», «Church Times», «Evangelical Times», «Islamic Times», «Jewish Chronicle», «Jewish News», «Jewish Telegraph», «Methodist Recorder», «The Muslim News», «The Muslim Weekly», «The Universe»); освітні («SecEd», «The Times Educational Supplement (The TES)», «Times Higher Education»); газети про мистецтво («The Art Newspaper», «Asian Art», «The Stage»), літературні («London Review of Books»); студентські («The National Student», «London Student», «Liverpool student», «The Oxford Student», «Student»); дитячі («First News») тощо.

Отже, дослідження типології сучасної газетної періодики Англії за шкалою вищерозглянутих ознак засвідчило функціонування надзвичайно різноманітного інформаційного ринку країни, який репрезентує найширший спектр читацьких смаків та інтересів.



## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Беглов С. И. Империя меняет адрес. Британская печать на рубеже тысячелетий / С. И. Беглов. — М. : Ин-т междунар. права и экономики им. А. С. Грибоедова, Факультет журналистики МГУ, 1997. — 136 с.
2. Беглов С. И. Печать Великобритании / С. И. Беглов // *Вестн. Моск. ун-та.* — 2000. — №3. — С. 44–56.
3. Бідзіля Ю. М. Особливості сучасного медіа-простору Великої Британії / Ю. М. Бідзіля // *Наук. вісн. Ужгород. ун-ту.* — 2008. — Вип. 18. — С. 111–115.
4. *Энциклопедия мировой индустрии СМИ : учеб. пособ. для студ. вузов* / Е. А. Вартанова, М. И. Гутова, В. А. Иваницкий ; под ред. Е. А. Вартановой. — М. : Аспект Пресс, 2006. — 376 с.
5. *Засоби масової інформації у Сполученому Королівстві.* — К. : Британська Рада в Україні, 1999. — 52 с.
6. Любимов Б. И. СМИ Великобритании / Б. И. Любимов // *Вестн. Москов. ун-та.* — 2006. — №5. — С. 17–22.
7. Маринко И. В. Буржуазная печать Великобритании в 1979 г. / И. В. Маринко // *Вестн. Москов. ун-та.* — 1980. — № 4. — С. 41–47.
8. Матвеев В. А. Империя Флит-стрит (Современная пресса Англии) / В. А. Матвеев. — М. : Госполитиздат, 1961. — 303 с.
9. Михайлов С. А. Современная зарубежная журналистика : учебник / С. А. Михайлов. — СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2005. — 320 с.
10. *Преса у Великобританії* // Друкарство. — 1996. — №1/2. — С. 14–15.
11. Соколов В. С. Периодическая печать Великобритании : учеб. пособ. / В. С. Соколов, С. М. Виноградова. — СПб. : Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2000. — 112 с.

Надійшла до редакції 21.12.2009 р.

УДК 658:008:65.012

О. М. ВИХОДЕЦЬ

## ПРО КУЛЬТУРУ СПІЛКУВАННЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ

*Розглянуто фактори впливу на продуктивність спілкування в організації та наведено рекомендації щодо шляхів їх реалізації.*

**Ключові слова:** відносини, контакт, культура, організація, регулятори, спілкування, співробітник, фактор.

*Рассмотрены факторы, влияющие на продуктивность общения в организации, и приведены рекомендации по путям их реализации.*

**Ключевые слова:** взаимоотношения, контакт, культура, организация, регуляторы, общение, сотрудник, фактор.