

Грабельников Александр Анатольевич, Мамбетова Индира Куанышевна

ТРАНСФОРМАЦИЯ ФУНКЦИЙ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ НЕЗАВИСИМОГО КАЗАХСТАНА

В статье подробно рассматриваются особенности трансформации функций периодической печати Казахстана в период с 1991 по 2015 годы. Анализируются проблемы, стоящие сегодня перед казахстанской журналистикой в целом, которые непосредственно отражаются на качестве выполнения ею социальной роли. Создание новой медиасистемы за счет типологических изменений, а также популяризация новых медиа прямо отразились на функциях казахстанских СМИ.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2016/2-2/5.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 2(56): в 2-х ч. Ч. 2. С. 23-26. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2016/2-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

Примечателен тот факт, что Владимир Заводской, прототип главного героя, погибшего мальчика, был солдатом добровольного отряда во Франции, с которым воевали «красные».

Цветаева в поэме раскрывает ряд характерных и актуальных проблем, рассуждает о судьбе, жизни и смерти, человеке и эпохе. Сюжет был продиктован жизнью и стал важной обличительной основой политики большевиков.

Таким образом, общий смысл анимализма в поэзии М. И. Цветаевой начала XX века – осознание первенствующей и наставнической роли животных по отношению к человеку: у них, как у пращуров, первых возлюбленных жизни, слитых с нею нутром, есть чему поучиться. В поэме «Егорушка» «темная звериная душа» открывает человеку забытую, требующую восстановления часть самого себя. Хищные животные позволяют увидеть истинный лик лирической героини, а через неё самого автора, очертив отсутствие безразличности в прикосновении к животному, не менее поучителен призыв учиться «у слизкой твари».

В поэме Марины Ивановны «Красный бычок» всё наоборот: появляется образ хищного животного, помогающего охарактеризовать современную автору действительность, партийный беспредел, и выполняющий несколько функций. Несомненно, важнейшим становится социальное обличение, хотя и психологическая, и «суггестивная» [1, с. 35] функции выполняют важные роли в обеих поэмах – это попытка не просто изобразить смятение поэта, но и передать внутреннее напряжение читателю, который должен задуматься о прошлом, суметь проанализировать настоящее и помнить, что все люди конечны, а значит необходимо прожить жизнь так, чтобы завтра не было стыдно, даже если придётся идти против общественного уклада.

Список литературы

1. Божкова Г. Н., Шабалина Н. Н. Лицо и маска в лирике М. И. Цветаевой // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 5 (35). Ч. 1. С. 34-37
2. Волков В. В. Антропоцентризм. М.: Флинта, 2014. 148 с.
3. Саакянц А. А. Марина Цветаева. Страницы жизни и творчества. М.: Советский писатель, 1986. 453 с.
4. Трессидер Дж. Словарь Символов. М.: Фаир-Пресс, 1999. 448 с.
5. Хоул К. Энциклопедия примет и суеверий. М.: Guinness, 1998. 280 с.
6. Цветаева М. И. Сочинения. М.: Художественная литература, 1988. 719 с.
7. Цветаева М. И. Стихотворения и поэмы. М.: Сов. писатель, 1990. 800 с.

ANIMALISTIC IMAGES IN THE POEMS BY M. I. TSVETAeva “EGORUSHKA” AND “THE LITTLE RED BULL”

Bozhkova Galina Nikolaevna, Ph. D. in Philology
Bubekov Igor' Dmitrievich
Kazan (Volga region) Federal University (Branch) in Elabuga
bozhkova.galina@mail.ru

At the turn of the XIX-XX centuries in the poetry, as in the other spheres of culture, the active revision of the traditional conceptions on a human being and his place in the nature begins. “Crisis of humanism” mentioned by Blok deepens the meaning of animalistic motives and renews them cardinally, emphasizing those primordial elements which exceed the limits of human “practicability”. M. I. Tsvetaeva’s appeal for animalistic images allows more detailed presentation of a lyrical hero’s psychological state and poetess’ attitude to her epoch. In the poems “Egorushka” and “The Little Red Bull” there are no domestic animals, but predators capable to discover the morals of modernity.

Key words and phrases: animalism; image of a predator; poem “Egorushka”; poem “The Little Red Bull”; epoch.

УДК 808.2:070.4

В статье подробно рассматриваются особенности трансформации функций периодической печати Казахстана в период с 1991 по 2015 годы. Анализируются проблемы, стоящие сегодня перед казахстанской журналистикой в целом, которые непосредственно отражаются на качестве выполнения ею социальной роли. Создание новой медиасистемы за счет типологических изменений, а также популяризация новых медиа прямо отразились на функциях казахстанских СМИ.

Ключевые слова и фразы: Пресса Казахской ССР; пресса Независимого Казахстана; функции журналистики; проблемы казахскоязычной печати; информационный рынок Казахстана.

Грабельников Александр Анатольевич, д.и.н., профессор
Мамбетова Индира Куанышевна
Российский университет дружбы народов
grab@mail.ru; indkaz@mail.ru

ТРАНСФОРМАЦИЯ ФУНКЦИЙ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ НЕЗАВИСИМОГО КАЗАХСТАНА

Обзор и анализ основных функций журналистики и их применение в СМИ – одна из задач теории журналистики. С изменением политической системы страны, с новыми течениями в жизни государства, меняется

и функциональная роль прессы. Являясь социальным институтом общества, переживающего на современном этапе своего развития период трансформации, журналистика не только фиксирует эти процессы, но и сама переживает определенные изменения [3].

После распада СССР, образования нового суверенного государства, сформировавшийся с 1991 г. информационный рынок Казахстана претерпел существенные изменения. Появление на рынке новых игроков – частных, негосударственных изданий, иностранной прессы, свободной, оппозиционной прессы, глянцевого журналов, разветвление отраслевой, корпоративной периодики, становление абсолютно нового сегмента деловой и бизнес-прессы – все эти и другие типологические изменения создавали новую медиасистему, присущую XXI в. С популяризацией Интернета, развитием блогосферы, информационных, новостных порталов, открытием электронных версий изданий, а вместе с тем расширением информационного поля страны изменялись и функции СМИ.

Функциональность СМИ можно понимать как «совершенствование» обязанностей и задач, выполняемых журналистикой. Е. П. Прохоров, считая журналистику полифункциональной системой, различает следующие шесть функций журналистики [2, с. 57-87]:

– **коммуникативную** – функцию общения, налаживания контакта, которую автор называет «исходной функцией журналистики». Можно проследить активацию данной функции в Сети, в блогосфере, когда каждый пост комментируется, «лайкается» и не остается без обратной связи с читателем. Далее, обратная связь ярко прослеживается на сайтах изданий, под статьями, в виде комментариев. Одной из новых тенденций в Казнете стало введение специальных кнопок для обратной связи с читателем под статьей, к примеру, на сайте *nur.kz* [7]: «тамаша» / хорошо, «ни о чем»; «алга» / вперед, «жесть» и т.д. Осталась она и в прежнем виде опросов населения в некоторых местных газетах, к примеру, в астанинской «Инфо-Цес»;

– **непосредственно-организаторскую**, в которой «наиболее наглядно проявляется роль журналистики как “четвертой власти” в обществе». Сюда можно отнести оппозиционную прессу, которая в последнее время подвергается жесткому истреблению в стране, и, тем не менее, вызывает большой отклик среди населения и высокий процент доверия. Это газеты «Свобода слова», «Республика», «Алаш»;

– **идеологическую** (социально-ориентирующую), связанную со стремлением «оказать глубокое влияние на мировоззренческие основы и ценностные ориентации аудитории, на самосознание людей, их идеалы и стремления, включая мотивацию поведенческих актов» [2]. Эта функция пришла к упадку после распада СССР, но стала набирать обороты в качестве патриотической «Нур отановской» печати, а также в виде пропаганды на страницах газет идей национализма, патриотизма, культурной самоидентификации;

– **культурно-образовательную**, заключающуюся, по мнению автора, в том, «чтобы, будучи одним из институтов культуры общества, участвовать в пропаганде и распространении в жизни общества высоких культурных ценностей, воспитывать людей на образцах общемировой культуры, тем самым, способствуя *всестороннему развитию человека*» [Там же]. К сожалению, она приходит в упадок и сегодня представлена исключительно российскими программами телевидения («Культурная революция», «Что? Где? Когда?», программы канала «Культура»).

Наблюдается проявление низких стандартов культуры по причине рыночной рентабельности в материалах СМИ таких программ, как «Камеди клуб», «КВН», «Точь-в-точь». Все они являются развлекательными, востребованными, оттого и смещают культурные ориентиры. Проявляется этот факт вволю и в языке СМИ. Употребление сниженных лексем, просторечий является сегодня нормой и также ведет к аберрации культурно-образовательной функции журналистики. Это относится также к проблемам языка СМИ;

– **рекламно-справочную**, связанную с «удовлетворением утилитарных запросов в связи с *миром увлечений* разных слоев аудитории (сад, огород, туризм, коллекционирование, шахматы и т.д. и т.п.)» [Там же]. Представлена газетой «Из рук в руки», «Мир авто», российскими изданиями, а также рубриками в местных газетах. Так, в газете «Инфо-цес» есть раздел объявлений и рекламы. Сюда же можно отнести и бортовой журнал авиакомпании «Эйр Астана»;

– **рекреативную** (развлечения, снятия напряжения, получения удовольствия) – одну из актуальнейших и все более развивающихся сегодня функций. Первыми под нее подпадают телевидение, Интернет, радио, большое количество ток-шоу, как на русском, так и на казахском языках. Но и пресса не остается в стороне – «бульварные» издания, глянец, журналы о звездах, гороскопы, анекдоты, сканворды представлены на рынке Казахстана в виде большого сегмента российской прессы, который существует в основном на русском языке, хотя есть и казахскоязычная желтая пресса, к примеру, журнал «Аңыз адам» / «Человек-легенда». Стоит отметить, что преобладание рекреативной функции (она же у других исследователей функция релаксации) в журналистике негативно отражается на популярности, вернее, на низкой востребованности библиотек, театров, музеев, все это заменяет сегодня развлекательные шоу, сериалы, социальные сети.

Информационно-коммерческая печать, занимающая сегодня большой сегмент на рынке СМИ, охватывает все аудиторные группы читателей [4]. Качественная пресса освещает вопросы предпринимательства, экономики, бизнеса, состояние фондовых рынков, сюда можно отнести журналы «Forbes Казахстан», «Деловая неделя» и т.д. Функционирует также массовая периодика рекламного и развлекательного характера: журнал «Авто мир», газета «Караван», городские рекламно-справочные газеты типа «Из рук в руки» – все эти издания содержат себя сами, за счет продажи рекламных полос и могут выполнять несколько функций одновременно.

Информационная функция журналистики, как одна из главных, на наших глазах претерпевает изменения. Громкие заголовки, шокирующая информация, скандалы, «горячие» подробности из жизни политиков, артистов шоу-бизнеса, криминал как из ушата выливаются и на телезрителя, и на читателя. Все это успешно

«продается») и становится частью товарной системы. «Новости» стали ассоциироваться у людей со словами «ужас», «негатив», «депрессия». Такая информационная функция «формирует у людей недоверие к институтам государственной власти, приводит к моральному и психическому опустошению» [3].

С. Г. Корконосенко предлагает субъектный подход к вычленению системы функций журналистики. Он выделяет *четыре* уровня субъектов, своими потребностями влияющих на журналистику и определяющих ее функции [1, с. 137-159].

1. Генеральным субъектом по отношению к журналистике является **общество**. На удовлетворение потребностей всего общества направлены функции *интеграции* и *познания*, выполняемые журналистикой. То есть журналистика объединяет различные общественные группы, создавая им общий информационный эгрегор, сводя самые разнообразные интересы к общему знаменателю. На рынке СМИ Казахстана он представлен, скорее, российскими изданиями, такими как журнал «Story», «Вокруг света», «Наука и жизнь».

2. Отдельные социальные структуры, как субъекты, своими потребностями в завоевании и удержании власти определяют такие функции журналистики, как *пропаганда*, *агитация*, *организация*. Их представителями в СМИ выступают «Казахстанская правда», «Егемен Казахстан», которые несут в массы идеи патриотизма, политические программы «Стратегия-2030», интеграцию Таможенного союза.

3. Среди субъектов, использующих прессу в собственных интересах, – **личность** со своими потребностями, которая детерминирует такие блоки функций журналистики, как *ориентация*, морально-психологическое *удовлетворение*. Выбранные СМИ и публикации в них ясно показывают, на какие политические, культурные, нравственные идеи ориентирована личность, какие издания удовлетворяют ее информационные интересы. Сюда можно отнести информационный русскоязычный контент в его политическом, культурном и духовном выражении.

4. Для такого специфического вида социальных субъектов, как **журналисты**, СМИ выполняют *служебно-профессиональную* и *творческую* функции. В поисках свободного самовыражения, желания создавать информационное поле страны с интересными идеями многие молодые люди приходят в сферу журналистики, но ужесточенная правовая база и госконтроль приводят к тому, что профессия журналиста становится опасной.

И. Д. Фомичева к числу функций СМИ относит коммуникативную, познавательную, ценностно-ориентирующую, и социально-организаторскую [6, с. 39-120].

Указанные функции, при всех особенностях авторских классификаций, являются ключевыми в понимании социальной роли журналистики. Ключевыми, но не застывшими раз и навсегда конструкциями. У этой проблемы есть исторический аспект: журналистика отражает состояние среды, в которой она рождается и действует [3].

Государственная политика в Казахстане относительно СМИ придерживается той точки зрения, что в некоторых случаях информация может нести угрозу национальной безопасности, в частности, так случилось с изданиями «Свобода слова», «Республика». Поскольку независимая пресса, большей частью оппозиционная, угрожает государственной стабильности в свете последних событий в Украине, Сирии – это может стать, по мнению госаппарата, причиной подрыва демократии. Поэтому задача государства – «защитить» интересы граждан посредством недопущения пропаганды в свободных СМИ иной от государственной точки зрения. Борьбу за свободу слова в стране с властью ведут как сами журналисты, преследуемые законом, так и международный фонд защиты свободы слова «Адилъ соз». Независимая от власти пресса просто не имеет шансов выжить. Отсюда следует, что функция журналистики как «четвертой власти», которая могла бы контролировать действия власти, представлять интересы общества, на сегодняшний день в республике отсутствует.

Кроме того, многие издания не могут быть независимыми по экономическим причинам, к примеру, районная газета Уральской области не может сравниться с бюджетом журнала *Forbes*. В условиях рыночных отношений в систему традиционных функций прессы активно вторгаются маркетинговые функции [Там же].

Издатели негосударственных СМИ сильно ограничены в бюджете: затраты на производство СМИ, как печатной, так и электронной версий, ценовая политика рынка, высокая конкуренция со стороны российской прессы, качественно превосходящей возможности местной районной, областной газеты, снижение популярности газет в целом (отсюда снижение продаж, доходов, тиража), проблемы кадров и необходимость повышения заработной платы сотрудников в связи с девальвацией тенге – все эти причины приводят к выбору: прекращать выпуск газеты или идти на поводу у власти.

Отсюда набирает обороты инструментальная роль журналистики. СМИ пропагандирует только то, что не противоречит действующей власти. Мы получаем марионеточные издания, скудно поданный материал, запуганных, не заинтересованных в высказывании своего мнения журналистов, однобокое освещение событий, и пресса уже не является рупором народного мнения.

Те издания, которые умудряются остаться на плаву самостоятельно, стараются также не подпасть под надзор государства или высокие штрафы за пропаганду неугодной той же власти информации.

Зависимое от власти и крупного капитала положение как казахстанских, так и российских СМИ, ставшее результатом их несовершенной правовой, экономической, организационной и социальной баз, является причиной многих искажений в оценке роли и функций современных российских СМИ и журналистики [5].

Современный рынок СМИ Казахстана представляет собой сочетание разнообразных изданий, вполне отвечающих основным функциям журналистики. Тем не менее, большой сегмент российской прессы, представленной на казахстанском рынке, говорит о недостаточной информационной удовлетворенности запросов аудитории местными изданиями. Таким образом, функции, выполняемые российской прессой, влияющей на казахский рынок СМИ посредством распространения ценностных ориентиров, содержащихся в ее контенте.

Информационный рынок страны представляет собой поле взаимодействия и неравной конкуренции российских и казахстанских СМИ. Последние в свою очередь вынуждены либо копировать идейную направленность популярных российских изданий, доверие к которым у казахстанских читателей крайне высоко, либо пытаться выжить за счет местного бюджета, а, следовательно, быть зависимыми от политики государства.

Список литературы

1. **Корконосенко С. Г.** Основы журналистики: учебник для вузов. М.: Аспект Пресс, 2001. 287 с.
2. **Прохоров Е. П.** Введение в теорию журналистики. Изд-е 8-е испр. М.: Аспект Пресс, 2011. 351 с.
3. **Савинова О. Н.** К вопросу о трансформации функций журналистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.media-score.ru/node/660> (дата обращения: 01.09.2015).
4. **Сейтжанова Ж.** Типология современной прессы [Электронный ресурс] // Электронный курс «Массовая коммуникация» Гл. III. Теория и методика периодической печати и информационных агентств. URL: http://www.unesco.kz/massmedia/pages/3_1.htm (дата обращения: 22.08.2015).
5. **Тихомиров В. А.** Трансформация функций журналистики и СМИ в условиях формирования гражданского общества [Электронный ресурс] // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2013. № 3 (116). С. 49-55. URL: <http://elar.ufu.ru/bitstream/10995/21669/1/iurp-2013-116-07.pdf> (дата обращения: 04.12.2015).
6. **Фомичева И. Д.** Социология СМИ. М.: Аспект Пресс, 2007. 335 с.
7. <http://www.nur.kz/> (дата обращения: 02.11.2015).

TRANSFORMATION OF FUNCTIONS OF THE INDEPENDENT KAZAKHSTAN'S PERIODICAL PRESS

Grabel'nikov Aleksandr Anatol'evich, Doctor in History, Professor
Mambetova Indira Kuanyshevna
Peoples' Friendship University of Russia
grab@mail.ru; indkaz@mail.ru

The article analyzes in detail the peculiarities of transforming Kazakhstan's periodical press functions in the period of 1991-2015. The paper touches on the current problems of the whole Kazakhstan journalism which immediately influence the quality of its social role implementation. The creation of a new media-system at the expense of typological changes and popularization of new media immediately influenced the functions of Kazakhstan mass-media.

Key words and phrases: the press of the Kazakh Soviet Socialist Republic; independent Kazakhstan's press; journalism's functions; problems of Kazakh press; Kazakhstan information market.

УДК 8; 82.0

Данная статья посвящена одному из важнейших городских пространств романа Б. Пастернака «Доктор Живаго» – улицам Москвы. В работе внимание уделено не только способам изображения уличных сцен в произведении, но и их символическому насыщению, «вживанию» в судьбу и историю главных героев романа – Юры и Лары. Также в статье выявлена связь между изображением города в романе «Доктор Живаго» Б. Пастернака и урбанистической парадигмой, присутствующей в произведениях А. Блока и В. Брюсова.

Ключевые слова и фразы: уличные сцены; городские улицы; поэтика урбанизма; панорама города; слова-символы.

Скороспелова Екатерина Борисовна, д. филол. н.

Чаглыян Шакар Кюбра

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
skorospelova@gmail.com; kubra2015@inbox.ru

**УЛИЧНЫЕ СЦЕНЫ И ИХ РОЛЬ В КОНТЕКСТЕ РОМАНА
 Б. ПАСТЕРНАКА «ДОКТОР ЖИВАГО»**

В московской части романа Б. Пастернака «Доктор Живаго» особое место принадлежит открытому пространству – улицам, переулкам, площадям, вокзалам и тем сценам, которые разыгрываются на этих площадках в масштабах личной судьбы (приезд Лары в Москву, к примеру), судьбы города (годы лихолетья), и судьбы человечества («Черная буря червивой земли осаждает, штурмует бессмертное воплощение любви...» [5, с. 206]).

Городская улица с точки зрения поэтики урбанизма наиболее эстетически выигрышный предмет изображения. Именно на улице сосредоточены все достижения технической цивилизации: разные средства передвижения от конки до «мотора», игра уличного света, реклама, потоки непросвещенной человеческой массы. Вечерняя улица с ее тенями, искусственным светом, манящим сверканием витрин – обольщающая, пленяющая и обманывающая – готова стать источником драматических конфликтов.