

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Педагогический институт имени В. Г. Белинского
Историко-филологический факультет
Гуманитарный учебно-методический и научно-издательский центр ПГУ

II БУСЛАЕВСКИЕ ЧТЕНИЯ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

*Всероссийской научно-практической конференции
с международным участием, посвященной
200-летию со дня рождения М. Ю. Лермонтова*

г. Пенза, 3 апреля 2014 г.

Под редакцией
Е. К. Ревы

Пенза
ГУМНИЦ ПГУ
2014

УДК 8.07

ББК 80

В87

II Буслаевские чтения : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. В87 с междунар. участием, посвящ. 200-летию со дня рождения М. Ю. Лермонтова (г. Пенза, 3 апреля 2014 г.) / под ред. Е. К. Рева. – Пенза : ГУМНИЦ ПГУ, 2014. – 424 с.

Представлены материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «II Буслаевские чтения», проходившей 3 апреля 2014 г. на историко-филологическом факультете Пензенского государственного университета. Рассмотрены актуальные вопросы гуманитарных наук: работы по литературоведению, языкознанию, журналистике, методике преподавания русского языка и литературы.

Издание предназначено для преподавателей вузов, студентов и аспирантов, учащихся старших классов общеобразовательных школ и всех, интересующихся гуманитарными знаниями.

УДК 8.07

ББК 80

Редакционная коллегия :

И. П. Щерблякин, доктор филологических наук, профессор;
Г. Е. Горланов, доктор филологических наук, профессор;
Г. И. Канакина, кандидат педагогических наук, профессор;
О. В. Христолюбова, кандидат филологических наук, доцент;
Е. К. Рева, кандидат филологических наук, доцент (*ответственный редактор*)

Материалы печатаются в авторской редакции.

© Гуманитарный учебно-методический
и научно-издательский центр, 2014

СОДЕРЖАНИЕ

Абрамова М. В. Языковые особенности лозунгов в предвыборной агитации	11
Авдеевнина А. В. Образ Дома в тетралогии Ф.Абрамова «Пряслины»	13
Агапов А. В. Сравнительный анализ происхождения, значения и особенностей функционирования русских и немецких фамилий	16
Акмаева Л. А. Историческая действительность и художественные мотивы в повести В.Пелевина «ОмонРа»	19
Акчурина Д. Н. Черты неоакмеизма в творчестве Б.Ахмадулиной	21
Акямсова Ю. А. Образы праведников в творчестве Л.Е. Улицкой	23
Андреева Е. К. Лексико-морфологический анализ слов-финалистов интернет-конкурса «Слово года» 2007 – 2012 гг.	27
Аргынбаева М. Х., Шынгысова Н. Т. Региональные СМИ Казахстана	30
Арехина Д. В. Культура малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока России в освещении современной журналистики	34
Аржавикина Ю. С. Новые педагогические технологии на уроках обучения русскому языку	
Баранова М. Н. Пословицы русского народа в творчестве В.И. Даля	37
Барашкина Л. С. Грамматические средства выражения замысла автора текста	40
Бекболатулы Ж. Проблемы функционирования связей с общественностью в Казахстане	44
Белоножко Е. Д. Освещение вопросов музыкальной культуры в периодических изданиях: история и современность	47
Болотская М. П. Репрезентация эмоций в тексте повести И. Л. Муравьевой «Медвежий букварь»	52
Вадюнина Н. В. Графическая игра в рекламном пространстве города Пензы	55

Согласно списку финала 2012 года наиболее знаковые события года происходили в сфере политики. Это и *карусели* (то есть «массовые фальсификации на выборах, при которых специально нанятые люди неоднократно голосуют на разных участках»), и многочисленные «акции протеста» на *Болотной* площади в Москве, и собственно *митинги* («массовые собрания для обсуждения злободневных вопросов текущей жизни»), и даже их названия – *Оккупай* (то есть «захвати»).

Всколыхнуло общество в этом году и еще одно событие – несанкционированная акция панк-рок-группы PussyRiot. После него в обществе заговорили и заспорили о *панк-молебне* («окультурно-религиозном музыкальном жанре»), *кощунстве* («оскорблении религиозной святости») и даже *религархии* («объединение духовенства и олигархии»).

Если сравнить группы слов-финалистов разных лет, то можно заметить, что самым позитивным был финал «Слова года» 2007 г., а самым негативным – финал 2012 г. Это и есть индикатор народного мнения, «пульс общества».

Таким образом, очевидно, что конкурс «Слово года» интересен для изучения, имеет право на существование и дальнейшее развитие.

Литература:

1. Мультикультурный рекомендательный сервис imhonet.ru [Электронный ресурс] (дата обращения 11.11.2013).
2. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс] URL: <http://www.ruscorpora.ru> (дата обращения 11.11.2013).
3. Сиротинина О.Б. Изменения в речи – изменения в языке // Проблемы речевой коммуникации. Саратов, 2009. Вып. 9.
4. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М.: Азбуковник, 1999.

Региональные СМИ Казахстана

М. Х. Аргынбаева, Н. Т. Шынгысова

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Развитие казахстанского общества в самых разных направлениях невозможно представить без усиления роли и влияния средств массовой информации и коммуникации. Глобализация в мировом масштабе потребует дальнейшей информатизации общества, поэтому средства массовой информации и коммуникации станут основным инструментом формирования информационного общества. Наряду с процессами глобализации в Казахстане происходит и регионализация. Что это такое? По мнению российского исследователя региональной политики и региональных СМИ.

руководителя фонда развития информационной политики В. Касютина, регионализм, есть, прежде всего, региональная политика, под которой подразумевается система намерений и действий, целью которых является реализация интересов государства в отношении регионов и интересы самих регионов в плане собственного развития. В Казахстане была утверждена государственная программа «Развитие регионов» Постановлением Правительства Республики Казахстан от 26 июля 2011 года № 862. Президент Нурсултан Назарбаев заявил, что увеличиваются полномочия региональных органов власти – вся работа по управлению переходит непосредственно в регионы. В 2012 году Глава государства подписал "Концепцию о развитии местного самоуправления", уже в 2013 году было создано Министерство регионального развития.

Информационное пространство Казахстана, занимаемое официальными (государственными) средствами массовой информации, в значительной степени "перекрывается" неофициальными, (негосударственными) СМИ и различными медиа-холдингами. На данный момент в республике действует 2740 СМИ, из которых 84 процента (2301) – негосударственные СМИ, 16 процентов (439) – государственные. Большинство СМИ – 2494 ли 91 процент – традиционно представлены газетами и журналами. Газетный рынок составляет 1662 издания, из которых 20 процентов – государственные и 80 процентов – негосударственные. С целью поддержки казахскоязычных СМИ и включения их в глобальную сеть был осуществлен запуск сайта-агрегатора Baq.kz. Для региональных СМИ, не имеющих собственные сайты, предоставлена возможность размещения на Baq.kz собственных новостей. Для этого открыты 54 специальных странички, создан раздел для клуба молодых журналистов «Жария». Для главных редакторов и ведущих данных разделов от региональных СМИ проводятся обучающие семинары по использованию портала. В статье «Социальная модернизация Казахстана: 20 шагов к обществу всеобщего труда» Н. Назарбаев озвучил задачу по дальнейшей модернизации отечественных СМИ, в том числе региональных. Перед СМИ, в частности, региональными, поставлена задача совершенствовать свою деятельность, которая должна отвечать национальным интересам и социально значимым задачам развития страны.

При активно протекающих процессах глобализации и регионализации, когда традиционные связи между людьми заменяются функциональными, множественными, когда нарушается цепочка передачи норм традиционной морали, традиционного поведения индивида как члена национальной или социокультурной ячейки, особенно важным становится сохранение и поддержание собственной национальной и социокультурной идентичности народа Казахстана. В условиях глобализации именно национальная культура становится более ценным явлением для своего народа, как колыбель, сохраняющая истоки его жизни и его сердце.

При этом практически каждая развивающаяся национальная культура неизбежно входит в процессы обмена с другими уровнями культуры, которые могут, в зависимости от многих факторов, как обогатить ее потенциал, так и опустить его до уровня стилизации, копирования внешних форм и идей. Эта ситуация вполне естественна. Мобильность, открытость, коммуникабельность, склонность к инновациям, предприимчивость, социальная ответственность и толерантное отношение к различным культурным традициям должны стать сердцевинной ценностной системы казахстанской цивилизации XXI века.

И роль СМИ в продвижении ценностных ориентаций казахстанского общества неоспорима. Новая идентичность страны, в условиях глобальной информационной цивилизации, позволит сохранить культурное многообразие Казахстана, создаст предпосылки для его динамичного развития и масштабной, полновесной интеграции в мировое социокультурное пространство.

Трансформация СМИ на макроуровне оказывает воздействие на функционирование и развитие региональных средств массовой информации. За время независимости, то есть за 20 лет, СМИ Казахстана прошли несколько этапов развития. По данным исследований проекта Medialow.asia, первый этап – это постсоветский, характеризующийся государственной монополией на СМИ. Второй этап – становление и рост негосударственных СМИ, сокращение доли государственных СМИ. Третий этап – либеральный, характеризующийся качественными и количественными изменениями на рынке масс-медиа, массовой приватизацией и разгосударствлением бывших государственных СМИ, полиграфических предприятий, переходом от государственного финансирования и дотирования СМИ к госзаказу на проведение государственной информационной политики. Четвертый этап – холдингование, или политизация информационного рынка. С 2008 года на медиа рынке республики начался процесс слияния медийных компаний и СМИ. Создание подобных медиа корпораций является значительным достижением проводимых в Казахстане социально-экономических и демократических реформ. Эти процессы естественно затронули и региональные СМИ.

В регионах появились медиа-холдинги, которые управляют из одного центра подконтрольными им изданиями и финансируют их. Такой подход в управлении СМИ должен позволить создавать полноценный конкурентоспособный медиапродукт.

Наблюдения, основанные на результатах социологического опроса журналистов относительно деятельности СМИ региона (12 респондентов, май-июнь 2013 г.), а также на анализе самих СМИ, их деятельности, контента, менеджмента и структуры, позволяют говорить о том, что региональные СМИ претерпевают изменения и имеют трудности, обусловленные целым рядом причин экономического, политического, социокультурного и правового характера.

Результаты проведенного в Костанайской области экспертного опроса журналистов местных СМИ показывают, что основная проблема региональных медиа - их финансовая и организационная зависимость от институтов власти. Многие опрошенные казахские журналисты характеризуют региональные СМИ как инструмент влияния институтов власти на население (40 процентов): СМИ публикуют неинтересные и малопонятные для аудитории постановления, указы, нормативные акты местных властей. Контент-анализ районных газет дал следующее. Журналист ақтоғайской районной газеты пишет, что бесчисленное количество приказов и указов районного акимата, отделов акимата не представляют никакого интереса для читателей газеты, но в силу закона о тендере газеты вынуждена публиковать на своих страницах эту «макулатуру» и таким образом терять аудиторию, следовательно, тиражи, не говоря уже о прибыли. Тендерная политика не дает никакой свободы газете, следовательно, и росту ее популярности у населения. Необходима действительная независимость от государства, но это вряд ли возможно, по мнению журналиста, пока действует система тендеров. Журналист утверждает, что независимость издания от правительства (районного акимата) сделает газету истинно народной, востребованной, значит, успешной.

Годом раньше консалтинговая фирма «Бизнес медиа», исследуя уровень казахстанских изданий, пришла к таким выводам: издания зависимы от учредителей и спонсоров, качество менеджмента низкое, материалов, отвечающих запросам читателей, крайне мало, поступления от рекламы незначительны. Особенно это касается региональных СМИ. Уровень читателей за последние годы значительно вырос, так же как и конкуренция в сфере СМИ. Отличие региональных СМИ в аудитории – эти газеты читают люди разных возрастов. Некоторые издания являются единственными СМИ в некоторых регионах, порой в отдаленные аулы газеты доставляются не вовремя, с запаздыванием, подписчики получают несколько номеров сразу. Рост почтовых тарифов, высокая стоимость подписки, плохо поставленная служба доставки – эти проблемы становятся непосильными для жителей аулов, и ждут решения от региональных властей. В свою очередь решение этих вопросов ставит следующую задачу – изменение способов доставки информации, с использованием современных технологий.

Как видим, система региональных СМИ во многом зависит от местных особенностей. Целый ряд факторов – политических, экономических, социокультурных, идеологических – обуславливает развитие региональных СМИ. Важным для развития СМИ является и их географическое положение, например, удаленность от центра.

Нельзя согласиться с мнением, что газета должна выполнять, прежде всего, информационную функцию. В условиях государственностроительства важными представляются содержательность, глубина, аналитичность журналистских материалов, которые формируют гражданскую позицию и национальную идентичность посредством проецирования традиционных духов-

ных ценностей народа в современность. Тем более что от исполнения социальной функции журналистика только выигрывает.

В соседней России особое внимание уделяется развитию региональных СМИ. Согласно последним данным ВЦИОМ, читатели региональных изданий составляют 35 процентов от общего числа читателей страны. Руководитель Фонда развития информационной политики В. Касютин считает, что региональные СМИ должны поменять маркетинговую стратегию, стать социальной журналистикой прежде всего. Для Казахстана это также становится актуальной задачей СМИ в условиях информационной и социокультурной экспансии в рамках информационного общества, формирующегося в планетарном масштабе.

Культура малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока России в освещении современной журналистики

Д. В. Арехина, студентка

Пензенский государственный университет
Научн. рук. – к. филол. н., доцент Е. К. Рева

Российская Федерация – одно из крупнейших многонациональных государств, где проживает более 190 народов. Соответственно национальная политика России имеет своей целью консолидацию многочисленных народов, и в этом процессе значительное место отводится историко-культурологической составляющей.

В декабре 2012 года был подписан указ Президента РФ № 1666 «О стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года» [5].

В принятом документе, в частности, подчеркивается, что государственная национальная политика социально обусловлена и носит межотраслевой характер. Одна из задач в сфере культуры и информации – сохранение самобытных культур, исторического наследия и традиций народов многонациональной России.

Вся многовековая история нашей страны свидетельствует о взаимодействии и взаимовлиянии культур и традиций различных народов, и эти давние исторические традиции служат основой для дальнейшего развития межкультурного диалога [4].

В свете этих принципиальных положений возникает необходимость осмысления роли социального института журналистики в национальной политике. Особенно эта проблема важна в отношении коренных малочисленных народов России.

На сегодняшний день мы отмечаем неблагоприятную тенденцию отсутствия в российской журналистике должного внимания к вопросу освещения культуры малых народов. Соответственно, в настоящей работе мы пре-

следуем цель пр
тематики с целью
народов Севера,
аспекте [3].

В основе
или иной этниче
происхождения,
традиции и обы
ны единством «к

Публикации
отечественной п
кового типа об о

Впрочем, в
дия межэтническ
нальный акцент)

Проанализи
цент» в газете «
культуре коренн
стока в вышеназ
характер и обыч

Нередки пу
на как косвенная
ре» описана исто

ляется частью ку
то, наряду с техн
шинство художн

ненцев, нгансан
детства. К слову,
бывшем мамонта
косторезов с тунд
ригенные мастер

ропонимание».

Безусловно
сятся в позитивн
однако анализ су
которыми столкн
редко. Например
«Только вот, ув
жени. Чукотски
могут лишь в пр
выгодно» [1].