

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ЖУРНАЛИСТИКИ**

РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЖУРНАЛИСТИКИ

СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ

Выпуск 9

Душанбе – 2016

ББК 76.01+76.17

УДК 070.1

А-43

Актуальные проблемы журналистики. Сборник научных статей. Вып.9. / Под общ. ред. проф. Н.Н. Салихова. – Душанбе: РТСУ, 2016. – 238 с.

Ответственные редакторы:

Муллоев Ш.Б., доктор филологических наук, доцент

Куватова А.А., кандидат философских наук, доцент

Члены редакционной коллегии:

Искандарова Ф.Д., кандидат филологических наук, доцент

Вахидова Р.А., кандидат филологических наук, старший преподаватель

Бабаева Ф.Б., кандидат филологических наук, преподаватель

Рецензенты:

Муродов М.Б., доктор филологических наук, профессор ТНУ

Аминов А.С., кандидат филологических наук, доцент РТСУ

В сборник вошли научные статьи преподавателей, соискателей, магистров отделения журналистики и других специалистов Российско-Таджикского (славянского) университета, факультетов журналистики вузов Таджикистана и Белоруссии, а также материалы Международной научно-практической конференции «Роль Российско-Таджикского (славянского) университета в становлении и развитии науки и инновационного образования в Республике Таджикистан», посвященной 25-летию Независимости РТ и 20-летию РТСУ. В статьях рассматриваются теоретические, культурологические, филологические, языковые аспекты электронных и печатных СМИ, публицистики и литературы.

Сборник может быть полезен специалистам сферы СМИ, аспирантам и студентам, а также всем, кто интересуется проблемами журналистики и публицистики.

Рекомендовано к публикации РИС РТСУ

**© Кафедра истории и теории журналистики и электронных СМИ
Кафедра печатных СМИ и PR - 2016**

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	5
I. ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ	7
Нуралиев А.Н. Проблемы и перспективы подготовки журналистов-международников.....	7
Муллоев Ш.Б., Кадамов А. Негосударственное радио Республики Таджикистан в период гражданского противостояния	10
Куватова А.А. Концептуальные подходы к изучению современных медиа и медиакommunikаций.....	17
Чигрин Л.А. История возникновения журналистского расследования и сущность этого жанра.....	26
Вахидова Р.А. Развитие французской журналистики в XX веке	33
Петрушкова В.В. Влияние новых коммуникационных технологий на журналистский текст.....	57
Салимзода О.С. Деятельность пресс-службы Национального парламента РТ как объект научной рефлексии.....	66
Ашурова Д.А. Генезис языка СМИ как средство отражения социальных процессов в обществе.....	76
Саибназарова Ш.М. Экологическая журналистика на стыке политики, экономики и общества.....	84
Петрушков М.Г. Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) и парадигмы новой медиа-реальности	90
Самадова Д. На ши матбуоти тоғик дар бозтоби худшиносии миллҷ (дар мисоли рӯзномаи «Маориф ва маданият»)	102
Хомидов Д.Б. К проблеме информационной безопасности в отечественных и зарубежных СМИ Таджикистана.....	108
Вахидова Р.А. К вопросу об объективности публикаций в газете «Фараж» (на примере материалов русскоязычной версии издания)	113

Игамова С.Г. Структурно-тематические особенности интервью в русскоязычных газетах РТ.....	119
Бегматова Н.Б. Особенности отражения проблем таджикской национальной идентичности в периодической печати (по материалам газеты «Джумхурият»).....	131
Гайсина Л.Ю. Тенденции развития современных журналов: как в российский глянец пришла политика?.....	139
Мансурова М.С. Особенности функционирования НИАТ «Ховар» в информационном пространстве РТ	148
II. ПРОБЛЕМЫ ПУБЛИЦИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРЫ	154
Салихов Н.Н., Муллоев Ш.Б. Восток в творчестве русских и европейских поэтов.....	154
Муллоев Ш.Б., Абдуллаев М.А. Публицистика таджикских просветителей А. Дониша и С. Айни в конце XIX начале XX века	161
Карлюкевич А.Н. «Созвучие»: литература и публицистика стран СНГ в Интернет-пространстве.....	170
Сохибназарбекова Р.М. Специфика освещения женского вопроса в таджикской публицистике начала 20-х годов (на примере журнала «Путеводитель знаний»).....	181
Куватова А.А. Образ женщины в произведениях С.Айни	190
Раджабова Р.Р. Чистота и самобытность таджикского языка как величайшее наследие таджикского народа	196
Шехов А. Бозтоби андешайои маорифпарварҷ дар осори Бейбудҷ ва Айнҷ	201
Шаринов С.И. Ташаккули фаъолияти эҷодии Бахтиёри Муртазо.....	210
Шоев А.А. Накибхон Ту рали Айрори ва удабои зуллинсонани туркҷ.....	222
Кулаева Ф.А. Проблематика журналистских выступлений Умберто Эко.....	231

ПРЕДИСЛОВИЕ

Вниманию читателей предлагается очередное ежегодное издание сборника научных статей кафедры истории и теории журналистики и электронных СМИ и кафедры печатных СМИ и PR Российско-Таджикского (славянского) университета, посвященное актуальным проблемам журналистики и публицистики.

В данный сборник, 9-й выпуск, включены научные статьи и тезисы преподавателей, соискателей, магистров отделения журналистики и других специалистов Российско-Таджикского (славянского) университета, факультетов журналистики вузов Таджикистана и Белоруссии, научные статьи и тезисы по различным направлениям истории, теории и практики журналистики и публицистики, а также материалы Международной научно-практической конференции «Роль Российско-Таджикского (славянского) университета в становлении и развитии науки и инновационного образования в Республике Таджикистан», посвященной 25-летию Независимости РТ и 20-летию РТСУ.

В статьях рассматриваются теоретические, культурологические, филологические, языковые аспекты электронных и печатных СМИ, публицистики и литературы.

Журналистика занимает особое место в социальной системе общества. Успешное развитие любого общества во многом связано со своевременным и разнообразным освещением происходящих событий в общественной жизни страны и за ее пределами через каналы СМИ.

Как отметил Президент РТ, Лидер нации Э. Рахмон в своем выступлении на церемонии открытия государственных учреждений телевидений «Варзиш», «Синамо» и Академии средств массовой информации (1 марта 2016 г.): «Каждый представитель СМИ всегда должен помнить, что трибуну слова следует использовать для защиты безопасности государства, укрепления прочности общества, пропаганды национального самопознания и самосознания, идей патриотизма, уважения культурных традиций, развития и расширения государственного языка, а также преданно и беспристрастно служить своему народу и не оставаться в стороне от защиты национальных ценностей и славного народа страны».

Очередной научный сборник как раз явственно подтверждает данные высказывания. Статьи, помещённые на его страницах, разнообразны по тематике и содержанию. Они исследуют актуальные проблемы нашего общества, раскрывают их важность и социальную значимость не только в нашей стране, но и в других странах.

Материалы сборника могут быть рекомендованы ученым, преподавателям, студентам, исследователям, специалистам, журналистам-практикам, интересующимся проблемами средств массовой информации в Республике Таджикистан.

I. ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОДГОТОВКИ ЖУРНАЛИСТОВ-МЕЖДУНАРОДНИКОВ

Нуралиев Абдусаттор Нуралиевич

доктор филологических наук,
профессор кафедры истории и теории
журналистики и электронных СМИ

Российско-Таджикский (славянский) университет

nuraliev_41@mail.ru

Международная журналистика как информационная деятельность в отдельно взятой стране, особенно для нас, отрасль новая, формирующаяся и находящаяся в стадии становления, вызывающая немало споров и сомнений по поводу самостоятельного существования.

Исходя из признания существования международной информационной деятельности журналистов, эту отрасль можно определить, как совокупность норм, регулирующих, с одной стороны, информационно-правовые отношения между государствами мирового сообщества, а с другой – совокупность норм поведения средств массовой информации, в целом, и журналиста, в отдельности, в пределах информационного пространства отдельного государства. Совокупность правовых норм, образующих международную информационную деятельность, следует отнести к отрасли общей международной деятельности.

Мы полагаем, что к изучению международной информационной деятельности согласно учебному плану и образовательному стандарту целесообразно приступить после освоения курса «Введение в специальность международной журналистики», так как первоначально студент должен уяснить понятие отрасли международной журналистики, назначение институтов международного информационного права, цели и задачи международных организаций (совета Европы, ООН, ОБСЕ и журналистских сообществ).

Цель изучения курсов и дисциплин международной журналистики состоит в том, чтобы студенты уяснили значение норм, регулирующих поиск, получение, производство и распространение информации в международном масштабе, а также возрастающую роль международных правовых и этических норм в свете гарантированного права на свободу самовыражения.

Следует обратить особое внимание студентов на роль информации в жизни мирового сообщества, становление и развитие свободы самовыражения, понятие свободы мысли и слова как норм естественного и позитивного права. Также будут прочитаны лекции об исторических аспектах развития свободы печати, свободы мысли, слова и СМИ как неотъемлемого права человека.

В задачу курса международной журналистики также входят лекционные и практические занятия по международно-правовой практике обеспечения свободы информации, баланса между безусловностью свободы слова, свободы массовой информации и необходимостью их частичного ограничения в интересах личности и сообщества в целом.

Студенту, на наш взгляд, необходимо овладеть навыками применения теоретических положений на практике: уметь работать с информационными данными, приобрести навыки составления журналистских материалов для печати, радио и телевидения в различных жанрах.

Общеизвестно, что основной социальной ценностью, главным продуктом производства и основным товаром в информационном обществе является информация [2, 17]. Но в настоящее время ни в одной из научных областей общества, в том числе и праве, нет единого определения информации.

Студенту-международнику необходимо объяснить, что под информацией в семантической теории информации, которая развивается вот уже много лет, понимается изучение смысла сообщения, полезность и ценность этого сообщения для потребителя [1, 56].

Существование различных теорий информации так и не привело к выработке общепринятого теоретического определения этого понятия. Существует огромное количество работ, в которых с разных позиций исследуются всевозможные аспекты этого понятия.

В нашу задачу не входит формулировка общетеоретического определения информации: мы лишь стремимся определить значение понятия «информация» в контексте журналистских информационных и аналитических материалов на международные темы. Студенту, обучающемуся на отделении международной журналистики, необходимо с помощью преподавателей и путем изучения специальной литературы понять и установить требования к специальности с первого курса.

Мы учитываем, что потребность в специалистах, обладающих профессиональными журналистскими знаниями в сфере массовой информации, неуклонно растет.

Это обусловлено, во-первых, развитием самой отрасли международной журналистики; во-вторых, пониманием того, что любой специалист должен обладать необходимым минимумом соответствующих знаний об информационных ресурсах. Тем более это касается журналистов, чья профессиональная деятельность непосредственно связана с международной информацией.

В заключении хотелось бы отметить, что средства массовой информации как институт гражданского общества являются одним из краеугольных камней современной демократии. Журналисты, освещающие международные события, особенно в кризисных, конфликтных зонах, подвергаются риску как нигде более. Однако сейчас, когда такое большое количество стран идут по пути демократического развития, роль местных журналистов также приобретает особое значение. Поэтому профессорско-педагогическому составу отделений и факультетов журналистики Республики Таджикистан при подготовке журналистов-международников необходимо учесть данный факт.

Литература:

1. Мордвинов В.А., Фомина А.Б. Защита информации и информационная безопасность. – М.: МГДД(Ю)Т, МИРЭА, ГНИИ ИТТ «Информика», 2004. – 69 с.
2. Цит. по: Социальная информатика и социология: проблемы и перспективы взаимосвязи. – М.: Союз, 1999. – 228 с.

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ РАДИО РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН В ПЕРИОД ГРАЖДАНСКОГО ПРОТИВОСТОЯНИЯ

Муллоев Шариф Бокиевич

доктор филологических наук

доцент, зав. кафедрой печатных СМИ и PR

Российско-Таджикский (славянский) университет

mulloev_sharif@mail.ru

Кадамов Акмал Мукарамович

соискатель кафедры печатных СМИ и PR Российско-

Таджикский (славянский) университет

kadamov@mail.ru

В начале 90-х гг. процессы общественной трансформации, происходившие в Таджикистане, привели к ликвидации государственной монополии на средства массовой информации и обусловили развитие системы СМИ на основе принципа демократии и плюрализма. Таджикское общество, осуществляя политические и социально-экономические перемены, остро нуждалось в современной информационной среде. Демократические преобразования были невозможны без актуальной, содержательной и независимой информации об общественной и политической жизни. Особую роль в период трансформации политического режима сыграли созданные различными политическими силами новые СМИ, составившие основу оппозиционной (политической), частной и независимой прессы.

Если раньше отечественное радио, находясь в системе средств массовой информации и пропаганды, было жестко ориентировано на решение поставленных партией задач, таких как воспитание нового человека, переустройство мира в рамках идей марксизма-ленинизма и прочее, то теперь перед таджикской радиожурналистикой вырисовывался комплекс совершенно иных задач, для решения которых накопленного опыта было недостаточно. Смена функциональной парадигмы, определяющей в журналистике весь процесс работы и достижения конечного

результата, оказала большое влияние на трансформацию форм, жанров, систему общения со слушателями.

Однако начальный этап становления и развития негосударственного радиовещания, как и всего комплекса средств массовой информации, сопровождался множеством критических ситуаций, изменений и преобразований, о неоднозначности которых свидетельствуют события периода 90-х, а также о роли отечественных СМИ в этих процессах. Это было время двоевластия и противостояния, в котором на одном полюсе находились защитники конституционного строя, на другом – оппозиция. Состояние двоевластия прямым образом сказалось и на радиовещании, которое в своих передачах о событиях в стране, находившейся в преддверии гражданской войны, трактовало их по-своему, делило народ на группы. В информациях, политических, экономических, литературно-культурных передачах при любом удобном случае критиковали и осуждали политику государства [3, 4]. В условиях жесткого противостояния власти и СМИ наметилась регрессивная тенденция сокращения журналистских кадров, связанная как с оттоком русскоязычных специалистов, так и вынужденным отъездом нового поколения журналистов, оппозиционно настроенных по отношению к власти.

Кроме того, на фоне гражданского противостояния, фактически в условиях ведения боевых действий, экономика страны оказалась в состоянии стагнации, поэтому о развитии индустрии сервиса в Таджикистане, к которой негосударственное радиовещание имеет самое тесное отношение, не могло быть и речи.

В отличие от Таджикистана, в ведущих государствах мира экономическая основа коммерческих радиостанций зиждилась на частных инвестициях. Большую роль в финансировании новых негосударственных радиостанций, как правило, играл ее учредитель, хотя бы на первом этапе. Правда, нередки были случаи, когда учредитель был всего лишь «доверенным лицом» настоящего инвестора - владельца. Для большей стабильности коммерческие радиостанции старались иметь нескольких учредителей. К примеру, на первом этапе соучредителями большинства первых российских коммерческих УКВ- и FM-станций являлись совместные

предприятия, владельцами которых были российские и западные инвесторы [5, 245].

В США становление экономических основ негосударственного радиовещания началось одновременно с развитием радио в начале 20-х гг. прошлого века и предполагало создание массовой аудитории и прямое извлечение прибыли из продажи эфира под рекламу. В этот период развитие коммерческого радио в США пошло по пути создания общенациональных сетей, предлагавших широкой аудитории и развлекательные, и информационные программы [1, 217].

Не имея твердой экономической платформы, при отсутствии законодательной базы, гарантирующей стабильное развитие крупного и среднего предпринимательства, невысоком уровне технических средств связи, в условиях острой дестабилизации общественно-политической ситуации, негосударственное радио в первые годы построения суверенитета могло заявить о себе лишь как фрагментарное, стихийное и крайне неустойчивое явление только формирующегося информационного рынка Таджикистана. Поэтому первые годы построения суверенитета только предопределили в общих чертах концепцию развития негосударственного радиовещания, и если говорить о первопроходцах в деле освоения неизведанных просторов частного сектора, то пальма первенства в этом деле принадлежала многочисленным печатным изданиям.

Одним из первых образцов негосударственного радиовещания можно назвать оппозиционную радиостанцию «Голос Свободного Таджикистана», впервые вышедшую в эфир 14 сентября 1993 г. В период гражданской войны она была одним из основных альтернативных источников информации для населения Таджикистана. По поводу ее появления газета «Чароги руз» сообщала: «...Есть маленькая радиостанция, которая работает на дизеле, – четыре раза в день ведутся передачи на русском и таджикском языках (новости, об истории, о религии, для детей, отдельно для женщин). Это радио (в результате некоторых технических хитростей) можно поймать и в Таджикистане, и в Узбекистане» [2].

О «Голосе Свободного Таджикистана» сложно говорить как о «классической» модели негосударственного радиовещания. Тем не

менее, данная радиостанция, работающая на дизеле, размещенная в глинобитном строении, «вычеркнутая» официальной властью из информационного пространства своей страны обнаруживает характерные типологические особенности, отличительные от государственных радиостанций. Прежде всего, это форма собственности – частная, формат станции, форматирование и связанное с ним программирование вещания, ориентированность на целевые аудитории, новый контент (музыка, информация, разговорные формы) и жанры программ, специфика работы ведущего в прямом эфире и др.

В условиях экономической стагнации, дефицита продуктов питания и промышленных товаров, отсутствия социальной защищенности, на фоне межнационального конфликта, стало очевидно, что аудитория, разочарованная в способности власти решить проблему стабилизации жизни страны, испытывает острую потребность в медиа-контенте развлекательного характера. На первых порах отечественный радиослушатель мог удовлетворить свои эстетические запросы, слушая российские коммерческие радиостанции, ретранслируемые, в основном, в столице и ее пригородах. Так, в период 90-х гг. на местных FM-диапазонах звучали такие крупные и популярные в России радиостанции, как «Русское Радио», «Радио России – Ностальжи», «Радио ретро», «Динамит-FM», «Авторадио», «Хит-FM», «Радио-Арсенал».

В целях удовлетворения эстетических и информационных запросов народа и требований слушателей в 1992 – 1999 годах на радио Таджикистана были учреждены два новых канала «Пайки Аджам» («Вестник Аджам») и прямой «Садои Душанбе» («Голос Душанбе»).

«Садои Душанбе» стал одним из первых каналов, подготовивших почву для открытия негосударственных радиостанций. Примечательной особенностью «Садои Душанбе» являлось гибкое сочетание социально-информационной и музыкально-развлекательной направленности, вследствие чего за очень короткое время канал приобрел большую популярность среди отечественных радиослушателей всех возрастов и социальных групп.

С выходом в прямой эфир программ «Садои Душанбе» значительная часть молодежи стала меньше уделять внимания

другим радиостанциям. Этот факт, по мнению С. Ходжазода, связан, «прежде всего, со злободневностью поднимаемых тем и, не в последнюю очередь, новаторским подходом, применяемым на радио «Садои Душанбе» [4, 203].

В первые годы функционирования радио «Садои Душанбе» широкое распространение получили различные развлекательно-познавательные передачи, поскольку в тот период времени подобные программы были широко востребованы обществом. Кроме того, находила активное применение практика организации прямых телефонных бесед с ответственными работниками министерств, комитетов, государственных учреждений, что стало одним из преимуществ «Садои Душанбе» перед другими радиостанциями. Таким образом, радиоканал практически наметил основные направления будущего негосударственного вещания по форме, своим концепциям, типам структурирования эфирного времени и способам контакта с аудиторией.

Можно сказать, что с появлением в 1999 г. радиоканала «Садои Душанбе» отечественное радиовещание вступило в новую фазу своего развития – в русло негосударственного вещания.

Спустя всего лишь два года, 1 марта 2001 г. в городе Ходжент Согдийской области была создана первая независимая радиостанция, вещающая на FM-частоте, «Тироз».

Вслед за «Тирозом» в 2002 г. в Душанбе появился ряд независимых радиостанций, которые заметно изменили информационный рынок и разнообразили медиа-ландшафт электронных СМИ страны. 9 сентября 2002 г. крупнейшей медиа-группой Республики Таджикистан «Азия-Плюс» была создана первая столичная независимая FM-радиостанция Радио «ASIA-Plus». Второй после «Азии-Плюс» радиостанцией, начавшей вещание в FM-диапазоне в столице, стало Радио «Азия-FM», которое в 2008 году было перезапущено под новым названием и в новом формате – «AFM».

В августе 2002 г. получило лицензию на вещание и 7 мая 2003 г. на частоте 106 FM вышло в эфир первое столичное круглосуточное FM-радио с патриотичным названием «Ватан».

15 сентября 2004 г. на частоте 103 FM впервые вышла в эфир радиостанция «Ориёно», созданная по инициативе крупного медиа-холдинга «Ориёно-Медиа», известного своими амбициозными и

качественными проектами на рынке медиа. Спустя три года, в августе 2007 г. ООО «Ориёно медиа» реализовало еще один проект, создав первую национальную независимую радиостанцию, вещающую на таджикском языке, «Имруз». К 2004-2007 гг. государственные радиостанции окончательно утратили монополию на радиорынке по причине того, что многие их работники, возглавлявшие авангард профессиональных радиожурналистов нового поколения, сочли более перспективным продолжить деятельность на радиостанциях с частной формой собственности. К примеру, «Садои Душанбе» стал «стартовой площадкой» для широко известной отечественной журналистки Наргиз Касымовой, творческая карьера которой в дальнейшем складывалась в кругу коллективов радиостанций «Ватан» и «Русское радио Ориёно», а на сегодняшний день успешно развивается на поприще тележурналистики. Опыт, приобретенный журналистами на государственных и республиканских каналах, сыграл решающую роль, когда новые радиостанции вышли в «свободное плавание» на просторы информационного рынка Таджикистана и столкнулись с проблемами конкуренции, необходимостью удержания рейтингов, борьбой за аудиторию в условиях стратегии рыночной сегментации.

С утратой монополии государства в сфере СМИ первостепенное значение приобрел вопрос изучения аудитории. На примере канала «Садои Душанбе» стало очевидно, что слушатели стали воздействовать на структуру и характер вещания. Это было новым явлением в свободной радиожурналистике. Однако это вовсе не означало, что лучший способ привлечения слушателей – проигрывание в эфире музыкальных композиций разных стилей и направлений. Именно здесь сходятся две ведущие линии радиожурналистики: собственно – функциональная, определяемая вещателями, и базирующаяся на представлениях об аудитории, и непосредственно аудиторная, идущая от интересов, ожиданий и запросов тех, для кого предназначены передачи в эфире. Так, вопрос изучения аудитории предопределил важность другой задачи – разработку основных принципов и параметров вещания, то есть определение концепции работы радиостанции на основе выбора формата.

Другой, совершенно новой составляющей радиоэфира суверенной Республики Таджикистан, стала реклама. Государство, в период реформирования прежней структуры СМИ, практически лишило печатные и электронные масс-медиа финансирования (за исключением тех, которые принадлежали государству). Тем самым государство отправило многие вещательные телерадиоорганизации в свободное, стихийное плавание, толкая их в «объятия» рекламодателей, поскольку это был единственный реальный путь финансового самообеспечения. Это было началом капитализации радиовещания – процесса, обусловленного бурным расцветом экономических отношений, которые затронули СМИ не в меньшей степени, чем другие отрасли страны. Таким образом, с достижением стабилизации в общественно-политической обстановке внутри страны, вывода ее из экономического тупика, развитием приемлемой законодательной базы и достижением компромисса во взаимоотношениях власти и СМИ, в Таджикистане сложились основные условия, необходимые для развития негосударственного радиовещания. В кратчайшие исторические сроки сформировался постоянно растущий радиорынок, появились негосударственные радиостанции: «Азия-плюс», «Ватан», «АФМ», «Тироз», «Ориено», «Имруз», посредством которых республика приступила к стремительному освоению информационного пространства на коммерческой основе.

Литература

1. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 336 с.
2. Мусалли Ф. Голос свободных // Чароги руз. – 1994. – №4 (76).
3. Ходжазод С. Радио Таджикистана в годы независимости: Автореф. дисс. ... канд. филолог. наук. – Душанбе, 2009. – 28 с.
4. Ходжазод С. Роль радио «Таджикистан» в формировании общественного мнения в период независимости: Дис. ... канд. филолог. наук. – Душанбе, 2015. – 311 с.
5. Чаткина М.Г. Концептуальные особенности коммерческого радиовещания как сегмента СМИ // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. – 2013. – Вып. 81. – № 22 (313). – С. 243–249

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА И МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

Куватова Алла Ардаевна

кандидат философских наук

доцент, зав. кафедрой истории и теории

журналистики и электронных СМИ

Российско-Таджикский (славянский) университет

akuvatova@gmail.com

В исследовании таких вопросов, как функционирование масс-медиа в современном обществе, следует рассматривать, как СМИ, так и СМК, поскольку изучение только традиционных СМИ не дает полную картину происходящих изменений в медиатизации общества и социальных последствий развития коммуникационных технологий.

Почему, спросите Вы? Что происходит в настоящее время в современном обществе в связи с развитием массовых коммуникаций и средств массовой информации (СМИ)?

Как отмечают исследователи, наблюдается заметный количественный и качественный рост медийной составляющей городской жизни, как, впрочем, и жизни любых сообществ. Эту ситуацию точно подметил и целостно представил британский ученый Роджер Сильверстоун (1945-2006) в своей последней монографии «Media and Morality: on the Rise of the Mediapolis» (Медиа и Мораль: Рост Медиаполиса). Главный его посыл или месседж «мы попали в зависимость от медиа в своей повседневной жизни» [8, 5-6] (где под медиа понимаются не только СМИ, но и медиакоммуникации – *А.К.*) проявляется повсеместно, как в развитых индустриальных странах, так и в развивающихся, например в Таджикистане. Медиакоммуникации и глобализация стирают границы. Использование мобильных телефонов и других гаджетов становится обычным делом. И уже дети с ранних лет свободно владеют всей этой электроникой.

Сформировавшийся научный образ – медиаполис (mediapolis) как особая среда обитания современного человека и общества, в которой формируется новое качество жизни – медиажизнь [3, 4], вбирает в себя многомерность и глубину произошедших перемен.

Здесь нужно отметить накопленный опыт в исследовании современного медиаполиса на примере российского общества, предпринятого сотрудниками кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета, «как комплексного феномена, где каждый элемент его структуры заслуживает специального исследования на фундаментальном и прикладном уровнях» [3, 37].

Говоря о медиаполисе, исследователи особо выделяют «два связанных между собой явления, которые до некоторой степени являются базовыми характеристиками современного состояния человека: во-первых, понятие «медиадеятельности» как совокупности действий, стратегий и тактик, норм и ценностей, которые вместе с технологией определяют выпуск продуктов индустрии культуры... Во-вторых, понимание медиадеятельности как диапазона действий и социальных стандартов, которые предлагаются различным потребителям в контексте современной цифровой культуры. Фактически в этих условиях придется с чистого листа заниматься теоретическим осмыслением данных и результатов исследований «медиапроизводства» по всему полю взаимодействия людей с медиа и через медиа» [3, 12].

С.Г. Корконосенко отмечает, что «с точки зрения уровня осмысления ситуации медиаполиса и медиажизни представляется несомненным, что нужен скачок в развитии теоретических, фундаментальных изысканий» [3, 15].

Для того чтобы разобраться в сложившейся ситуации начать, на наш взгляд, необходимо с анализа существующих теорий коммуникации. Перечислим основные традиционные теории коммуникации:

1. Информационная теория коммуникации (основатели – К. Шеннон и У. Уивер («Математическая теория связи», 1949); в ней представлены общие понятия о коммуникации независимо от ее вида),
2. Кибернетическая (Н. Винер, К. Шеннон) (Cybernetic Tradition, N. Wiener, C. Shannon),
3. Социо-психологическая (К. Ховланд) (Socio-Psychological Tradition, C. Hovland),
4. Риторика (Аристотель, Демосфен, Цицерон) (Rhetorical Tradition, Aristotle, Demosthenes, Cicero),

5. Семиотическая (И. Ричардс, К. Огден, Ф. Соссюр) (Semiotic Tradition, I. Richards, C. Ogden, F. Saussure),
6. Социо-культурная (Э. Сепир, Б. Уорф) (Socio-Cultural Tradition, E. Sapir, B. Whorf),
7. Критическая (М. Хоркхаймер, Т. Адорно, Г. Маркус) (Critical Tradition, M. Horkheimer, T. Adorno, H. Marcuse),
8. Феноменологическая (К. Роджерс) (Phenomenological Tradition, C. Rogers) [Griffin, 2000].

В отечественной (русской) литературе концепций, связанных с анализом непосредственно самих медиа, практически нет. В недавно вышедшей фундаментальной англоязычной двухтомной энциклопедии представлено несколько теоретических обобщений, которые можно отнести непосредственно к медиа.

Остановимся на четырех, которые, на наш взгляд, наиболее рельефно представляют современную ситуацию с медиа: теории медиа, теория компьютерно-опосредованной коммуникации, теория новых медиа и концепция цифрового неравенства

Каждое из этих теоретических построений, хотя и носит междисциплинарный характер, непременно включает в себя социологический подход.

1. К **теории медиа**, как правило, относят концептуальные построения вокруг двух аспектов её функционирования. Первый связан с влиянием медиа как целостного развивающегося феномена на социум и отдельные его институты в процессе исторического развития общества и коммуникационных технологий. Второй описывает психологические, социологические, экономические, правовые аспекты каждого канала коммуникации, показывает их различия. Создателями и яркими представителями канадской школы исследователей коммуникации и теории медиа являются М. Маклюэн и Г. Иннис.

С точки зрения М. Маклюэна, структура, форма и популярность медиа были основными каналами формирования опыта индивида и социальной структуры в целом. Исследователь указывал, что каждый медианоситель обладает своим собственным характером, имеет сильные и слабые стороны («горячие», «холодные» медиа). Например, фиксированная и статическая природа печати не может надлежащим образом перевести визуальные образы телевидения в текст.

М. Маклюэн и Г. Иннис, доказывая, что средства массовой коммуникации (медиа) – это базовая детерминанта исторического процесса, заложили фундамент концепта эпистемологии, объясняющего, каким образом знания и культура отражают доминирующие в историческом аспекте медиа. Человеческая история, с точки зрения развития медиа, подразделяется на три основных периода – устный, печатный и электронный. Каждый из них влияет на содержание и структуру культуры.

2. Теория компьютерно-опосредованной коммуникации

Компьютерно-опосредованная коммуникация (от англ. computer-mediated communication – СМС) – это любое общение между людьми, которое происходит при помощи двух или более электронных устройств. Обычно этим термином называют способы общения, характерные для компьютерных устройств (например, электронная почта, чаты, интернет-форумы, социальные сети и т. п.). Кроме того, термин может применяться к любому текстовому общению. Исследования компьютерно-опосредованной коммуникации фокусируются в основном на социальных последствиях коммуникации при помощи компьютерных средств [2].

3. Теория новых медиа

К новым медиа следует отнести те медиа, которые развиваются. Здесь большую роль играют процессы цифровизации и компьютерные технологии.

Профессор университета Лестера Е. Сиопера в книге, посвященной «новым медиа», выделила четыре основных результата цифровизации СМИ. Во-первых, тексты масс-медиа становятся отделяемыми от традиционных медиа. Мы можем теперь прочитать книги в Интернете или с помощью электронной книги; посмотреть телевизор или фильмы онлайн или на мобильном телефоне; загрузить фотографии в социальную сеть [7, 3-4].

Во-вторых, информация может быть сжата и помещена в очень небольшие физические пространства: флэшки, огромного объема «жесткие» накопители (от 1 терабайта и выше), которые помещаются в карман. Чтобы оценить масштабы: 1 гигабайт содержит приблизительно 10 000-20 000 книг по 200 страниц (без

картинок) каждая, 1 терабайт может содержать больше чем 15 миллионов книг!

Третий результат оцифровывания – доступ к данным может быть очень быстрым, он не носит линейного характера: вы всегда можете немедленно вернуться в ту точку чтения текста или прослушивания музыки, на которой закончили, предположим, неделю назад.

Наконец, последнее, что фиксирует автор, – двойственный результат оцифровывания: данными можно управлять способами, невообразимыми в аналоговом варианте СМИ. Если ранее ретушь фотографии была доступна немногим, то сегодня она доступна всем, кто обладает компьютером и небольшими навыками редактирования. Это не только расширило возможности для творчества, но и создало условия для общественного контроля.

4. Концепция цифрового неравенства

Английское выражение «digital divide» на русский язык переводится как «цифровой раскол» или «цифровое неравенство» и трактуется как ограничение возможностей социальной группы из-за отсутствия у неё доступа к современным средствам коммуникации. В настоящее время «digital divide» является термином социально-политического характера. На возможности ущемленной группы влияют отсутствие или ограниченный доступ к телевидению, интернету, телефонной связи (мобильной и стационарной), радио. Все это ограничивает возможности данной группы в поиске работы, налаживании социальных связей, культурном обмене и может негативно влиять на экономическую эффективность, развитие и сохранение культуры, уровень образования [5].

Согласно общепринятым воззрениям на информационное общество, его специфика такова, что свободный обмен информацией способствует преодолению нищеты и неравенства, однако у тех, кто отключен от такого обмена, перспективы катастрофически ухудшаются. «Глобальный тренд заключается в том, что информационная экономика подключает к своей сети тех, кто представляет для неё ценность (тем самым придавая им дополнительную ценность), но отключает тех, кто не имеет для неё ценности (тем самым ещё более уменьшая их шансы обрести какую-то ценность)» [1]. Термин применяется как в отношении разницы между странами (например, в Исландии доступ к

интернету имеет более 86 % населения, а в Либерии – 0,03 %) [9], так и в отношении разницы в возможностях разных социальных слоев внутри одного общества.

Известный французский исследователь Ф. Баль структурировал современные медиа, представив их в виде трёх групп: автономные, трансляционные и коммуникационные. Он пишет: «...Медиа различаются по охвату потенциальной или реальной аудитории, по природе и типу передаваемых сообщений (письменные или аудиовизуальные и т.п.), по своим скрытым возможностям и склонностям (развлечение или информация, знание или суждение и т.д.). Вероятно, только один существенный критерий позволяет разграничить медиа, его социологи называют формой или «модальностью коммуникации», а инженеры – структурой коммуникации».

Применение данного критерия позволяет выделить три группы медиа: *автономные* (те, что несут сообщение и не нуждаются в поддержке никакой дополнительной системы – книги, диски, журналы и т.п.), *трансляционные*, распространяющие (масштабно или локально) – радио, телевидение, спутниковая связь и др.), *коммуникационные* – би- и мультиполярная телекоммуникация» [4].

Автономные медиа это то, что человек использует в своей повседневной практике без какого-либо «подключения» к внешним источникам информации. Это те медиа, с помощью которых он выстраивает собственный индивидуальный мир. Автономные медиа, как правило, окружают человека в его повседневной жизни, являясь элементами его индивидуальной коммуникационной среды.

Первыми в этом ряду по праву стоят книги, газеты, журналы. Человек может потреблять информацию из этих источников, взяв их с собой в путешествие в любую точку земного шара, наслаждаться образами, которые они порождают. Совсем недавно это были единственные медиа, выступавшие средством интеграции общественной жизни, привилегированной площадкой для получения доступа к информации об окружающем мире.

Технические достижения XX в. существенно дополнили группу индивидуального потребления музыкой и видеоизображением. Речь идёт о граммофонах, патефонах,

магнитофонах, различного рода проигрывателях (CD, DVD), MP3-плеерах, ридерах. Все эти технологические новшества, по большому счёту, не являются техническими средствами, связывающими человека с миром, скорее они отделяют и отдаляют его. В этом их принципиальное отличие от печатных медиа. Представим себе ситуацию, когда человек едет в автомобиле и слушает музыку по радио. С помощью радио он связан с миром. Но вот водитель включил музыку на CD. В этот момент он разорвал связь с миром, отделив себя от него. Технические средства создают совершенно разные коммуникационные среды: одна наполнена коммуникациями, а другая – нет. Используя фотоаппарат или любительскую кинокамеру, он сам, «фиксируя мгновения», создаёт индивидуальный образный мир.

Можно еще выделить *межличностные медиа*. По названию видно, что речь идёт о тех посредниках, которые позволяют выстраивать межличностную коммуникацию, преодолевая пространство и время – средства мобильной связи: телефон, смартфон, коммуникатор.

Наконец, последняя группа – *централизованные медиа или массовые медиа*. Эти медиа требуют приобретения специальной аппаратуры и определенной системы распространения и подключения. Речь идёт о телевидении и радио. Они выступают инструментом государства для манипулирования общественным сознанием.

Централизованные медиа – это традиционные средства массовой информации или средства массовой коммуникации. Традиционные СМИ, особенно газеты, остаются основным источником информации для населения в нашей стране там, где отсутствует возможность получения информации посредством современных информационных технологий. Радио потеряло и теряет своих слушателей, за исключением местных радиостанций в отдельных регионах, работающих в формате FM. Отечественные телеканалы не остаются в стороне от новых технологических веяний, в том числе цифровизации. Хотя они перешли на цифру, но в связи с такими техническими изменениями стали не очень доступными таджикским телезрителям, не имеющим доступа к ним. Кроме этого, популярность каналов определяется расширением аудитории, и здесь есть проблемы в подготовке

телепередач, рассчитанных на разнообразную аудиторию, и особенно молодежную.

Для того, чтобы получить реальную картину современных медиа и медиакommunikаций, необходимо использовать определенные подходы и методы исследования.

Методология исследования базируется на деятельностно-активистском подходе, который в социологии начал активно разрабатываться с 1960-х гг. (см.: Дж. Александер, М. Арчер, П. Бурдье, Э. Гидденс, П. Штомпка и др.). В. Ядов так характеризует его: «...Суть деятельностно-активистского подхода: отказ от идеи диктата «естественно-исторических» закономерностей социального прогресса в пользу утверждения принципа «социально-исторического» процесса, не имеющего жестко заданного вектора, ибо решающую роль в современных обществах играют деятельные социальные субъекты (agency), включая научно-технические открытия, социальные движения, легитимных лидеров, массы обычных граждан» [6]. Данная методологическая установка позволяет представить современные коммуникационные технологии, достижения цифровой революции и изобретение Интернета как социальных агентов с широким потенциалом, направленным на общественные преобразования.

В каком направлении будет двигаться наше общество, зависит от людей, главных преобразователей действительности, уже погруженных в мировую паутину и вооруженных самыми передовыми средствами коммуникации. То есть деятельностно-активистский подход позволяет каждую структурную единицу коммуникационного процесса представить как социального актора, от активности которого зависят темпы и направление общественного развития. Только таким образом можно проводить исследование медиасоциологии в современных условиях.

Литература

1. Кастельс М. Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель / М. Кастельс, П. Химанен ; пер. с англ. А.Калинина, Ю.Подороги. – М.: Логос, 2002. – 224 с.
2. Компьютерно-опосредованная коммуникация

- [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
https://ru.wikipedia.org/wiki/Компьютерно-опосредованная_коммуникация
3. Современный российский медиаполис / Под ред.С.Г. Корконосенко. – СПб.: С.-Петербур.гос.ун-т, Филологический ф-т, 2012. – 324 с.
 4. Телевидение глазами телезрителей / Аналитический центр ВидеоИнтернешнл // Под ред. И.А. Полуэхтовой. – М., 2012.
 5. Цифровой барьер [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
https://ru.wikipedia.org/wiki/цифровой_барьер
 6. Ядов В.А. Современная теоретическая социология как концептуальная база исследования российских трансформаций: Курс лекций для студентов магистратуры по социологии. Изд. 2-е испр. и дополн. – СПб.: Интерсоцис, 2009. – 138 с.
 7. Siapera E. Understanding Media. – London: SAGE, 2012. – P.3-4.
 8. Silverstone R. Media and Morality: on the Rise of the Mediapolis. – Cambridge, 2007. – P.5-6.
 9. World Internet Users and 2016 Population Stats [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ЖУРНАЛИСТСКОГО РАССЛЕДОВАНИЯ И СУЩНОСТЬ ЭТОГО ЖАНРА

Чигрин Леонид Александрович

старший преподаватель кафедры истории и теории
журналистики и электронных СМИ

Российско-Таджикский (славянский) университет

I.Chigrin@mail.ru

Расследование является, пожалуй, самым молодым жанром в современной отечественной журналистике. Первые публикации под этой рубрикой появились в начале 90-х годов в российской прессе. Этот жанр стал востребованным, как говорится, «с колёс». Нужно было развеять советскую идеологию и, тем самым, «заложить мину» в фундамент первого в мире социалистического государства. Журналисты, так называемые «агенты влияния», работавшие на США и Запад, старались превзойти один другого, печатая пасквилы на советский образ жизни и былых героев Страны Советов. Они хорошо понимали, что общество, лишённое идеологии, становится нежизнеспособным и достаточно потом толкнуть его, чтобы оно рухнуло. Такие материалы становились сенсацией, и, что немаловажно, хорошо оплачивались, и никто не мог предъявить к их авторам никаких претензий.

Всякое деяние, создаваемое на потребу дня, недолговечно. Журналистское расследование, носящее политический характер, сошло на нет, как только выполнило стоящие перед ним задачи. Но читатели и зрители телевизионных передач уже привыкли к жанру журналистского расследования и требовали острых и сенсационных материалов. И журналисты, работавшие в этом жанре, потеряли профессиональные ориентиры. Теперь они писали больше по наитию, больше руководствуясь желанием угодить читателю, чем правилами и методами, которые ещё не были сформулированы. И если за сенсационные разоблачения их авторы прежде не несли никакой ответственности, то теперь картина кардинально изменилась. Ошибки и нежелательные публикации влекли за собой судебные иски, а то можно было расплатиться и жизнью.

Приверженцы журналистского расследования стали понимать, что сущность жанра заключается не только в сборе «жареных фактов», нельзя ограничиваться лишь постановкой проблемы и её самостоятельным осмыслением. Новое время требовало и новой их подачи. Теперь расследование должно было предлагать какие-то варианты, отвечающие на злободневные вопросы, выводы, которые вытекают из содержания статей или телевизионных передач. И героями таких публикаций должны быть не те, которые уже ушли из жизни, а современники, которые, подобно акулам, растаскивают государственные ценности.

За последние десятилетия общественной жизни журналистские расследования пережили резкий взлёт популярности и столь же стремительную потерю репутации. Завершился период массового вброса через СМИ фальшивого компромата, тенденциозность которого было принято прикрывать ширмой журналистского расследования.

Итак, как было уже сказано, принято считать, что расследование является самым молодым жанром в нынешней журналистике. А что, если заглянуть в историческое прошлое и посмотреть, как обстояли дела с расследованиями в те давние времена. Конечно, следует учесть, что журналистики как таковой тогда ещё не было, а была публицистика и разоблачительные материалы не писались, а произносились с трибуны. Всё остальное мало в чём изменилось.

Второй век до нашей эры. Македонский царь Филипп стремился подчинить себе эллинские города-государства, утверждая, что хочет создать единую Элладу, способную противостоять персам. Эту же политику проводил и его сын, молодой Александр. Против македонских завоевателей выступил оратор Демосфен. В своих речах, получивших название «филиппики», он разоблачал их стремление к абсолютной власти и жажду обогащения. Но публицистские разоблачения и тогда не приветствовались властью предрержащими. Александр Македонский захватил Афины, и Демосфен был вынужден бежать из Греции, чтобы не поплатиться за свои речи жизнью.

Такие расследования проходили из века в век. Теперь другой яркий пример, правда, увенчавшийся успехом. Великий оратор Цицерон, живший уже в Древнем Риме, веком позже Демосфена,

выступил с гневной речью против сенатора Катилины, известного своим необузданным нравом и скандальной политикой. Кому не памятно начало речи Цицерона: «Доколе ты, Катилина, будешь испытывать наше терпение...»

Речь оратора достигла цели. Катилина был лишён звания сенатора, попытался поднять в Риме мятеж плебса, и был убит в стычке с правительственными войсками.

Римляне вздохнули свободно.

Журналистское расследование, переходившее из века в век, и ещё не получившее статус жанра, походило на гигантские качели, которые то взмывали вверх, то опускались до самого низа.

Пережив взлёт популярности, журналисты, специализировавшиеся в жанре расследования, стали чувствовать себя «белыми воронами» в среде лояльных к властям мастеров пера. Профессиональные «разоблачители» зачастую не имели ни юридической поддержки, ни информационной базы, ни защиты от своих же редакторов. Но как же тогда бороться со злоупотреблениями чиновников, казнокрадством, слиянием криминала и власти, если не знаешь, где раздобыть достоверный материал, как обезопасить себя от агрессии тех, против кого было направлено твоё расследование?

Ответить на этот вопрос взялся американский писатель Роберт Сильвестр, из-под пера которого вышел нашумевший роман «Вторая древнейшая профессия». Герой этой книги, журналист нью-йоркской газеты, раскрыл убийство, которое и полиция, и судьи старались завести в тупик. Журналист не внял увещаниям коллег, вторгся на запретную территорию, и удачное расследование преступления не принесло ему успеха. Личный, жизненный финал журналиста завершился трагически.

Так сама жизнь сделала неудобным некогда популярный журналистский жанр и направила его течение в другое русло. В какое именно, скажем позже.

Однако, в редакциях газет и телевидения спрос на журналистов, способных добыть нужный информационный материал самостоятельно, критически осмыслить его, всё возрастал. Их публикации должны были выходить под рубрикой «Журналистское расследование», это способствовало бы

популярности газет и телевизионных каналов, а, значит, повышало бы рентабельность изданий.

Но та самая смелость, которая города берёт, уже была утрачена. Очень скоро под многообещающей рубрикой стали появляться материалы, не имеющие никакого отношения к жанру расследования. Доходило до того, что под маской журналистского расследования публиковалась серия материалов о том, какой стиральный порошок лучше. Почему бы и нет, если журналисты лишились привычных ориентиров в некогда востребованном жанре и перестали насыщать свои публикации злободневной информацией. Все дружно перестали понимать: а что же такое на самом деле журналистское расследование?

Пожалуй, лучшее определение этому жанру дал в своё время бывший заместитель редактора-распорядителя газеты «Ньюсдэй» Роберт Грин. Он назвал журналистское расследование «материал, основанный, как правило, на собственной работе и инициативе, на важную тему, которую отдельные лица и организации хотели бы оставить в тайне». В принципе журналистское расследование и есть исследование и обнародование таких фактов, которые до поры до времени находились вне поля общественного внимания.

Журналисты-расследователи подчас используют приёмы, взятые из практики правоохранительных органов, что позволяет находить общее в работе детектива и журналиста. Но тут таится определённая опасность подмены целей. Журналист не должен отождествлять свою деятельность с функциями органов правопорядка. Его задача – не выявлять преступника, а предавать гласности противоправную деятельность, обозначить проблему, и, может быть, предложить пути её решения.

В настоящее время при определении предмета журналистского расследования зарубежные учёные почти всегда упоминают борьбу с коррупцией. И это оправданно, для большинства стран коррупция – наболевшая тема. О ней много говорят политические деятели, депутаты, кандидаты в президенты. Все обещают бороться с коррупцией, однако, как говорится, «воз и ныне там».

Нигде нет чётко прописанных законов о наказании за это зло. Везде в них содержатся расплывчатые формулировки, мол, де-юре у нас не существует коррупционного распространения, а

официальное определение коррупции как понятия до сих пор вызывает споры.

На Западе задача журналистского расследования по существу сводится к обнаружению должным образом системной информации, собранной в результате исследования круга вопросов. Но этого недостаточно для постсоветской журналистики. Читатели и зрители плохо воспринимают публикации и передачи, в которых лишь голые факты и никакой морали, нет должной оценки. Все ждут от таких материалов восстановления социальной справедливости. Как мы знаем, на первых порах расследовательская журналистика успешно справлялась с этой задачей, а теперь столь же успешно постаралась забыть о ней.

Существует мнение, что нынешняя деградация жанра – во многом результат пренебрежения классикой расследовательской журналистики. Практика показывает, что не только. Журналист, работающий в этом жанре, не защищён, он действует на свой страх и риск, а это слабые пособники, когда с него захотят взыскать за излишнюю смелость.

Наряду со сказанным, следует отметить и другое.

Журналистское расследование – гибкий жанр. Он чутко улавливает запросы общества и стремится соответствовать им. Распад Страны Советов и образование целого ряда суверенных государств побудили их обратиться к историческому прошлому, чтобы выявить свои корни и утвердиться во мнении мировой общественности. Эта тенденция особенно чётко проявилась в Таджикистане. Журналисты стали пробовать свои силы в историческом расследовании. Оно давало возможность отыскать новые исторические страницы в биографии своего народа, и, наряду с этим, осмысливать их, высказывать своё мнение и давать свои оценки минувшим событиям, без риска подвергнуться преследованиям и давлению различного рода.

Историческое журналистское расследование дало возможность выявить целый ряд героев минувших времён, которые способствовали самоутверждению таджикского народа, обогащали знания о нём. Так, была выявлена личность уструшанского кузнеца Озара, который после целого ряда превратностей судьбы оказался в Древнем Риме. Он был гладиатором, принимал участие в восстании рабов под руководством знаменитого Спартака. Известный

историк, академик Ахрор Мухтаров высказал предположение, что именно Озар стал прототипом кузнеца Ковы в бессмертном произведении Абулькасима Фирдоуси «Шахнаме».

По-новому была освещена личность религиозного мыслителя шейха Бадриддина Самави, жившего в восьмом веке. Этот сын таджикского народа за пятьсот лет до Карла Маркса и Фридриха Энгельса обосновал концепцию всеобщего равенства и социальной справедливости. Его труды изучались такими социалистами-утопистами как Томас Мор, Кампанелла, Фурье, Оуэн и Сен-Симон, и, наконец, сам Карл Маркс. Именно на основе учения шейха Бадриддина Самави они разрабатывали свои теории устройства справедливого общества.

И ещё одно открытие, сделанное в последнее время. Знаменитый китайский мореплаватель, адмирал Чжэн Хэ, совершивший в XV веке семь длительных плаваний по Индийскому океану, был по происхождению таджиком. Его дед, известный в Китае Саид Аджалла Шамс ад-Дин, уроженец Бухары, был назначен императором Китайской империи на должность губернатора провинции Юньань.

Адмирал Чжэн Хэ был мусульманином по вероисповеданию, совершил хадж в Мекку, бережно сохранял таджикский язык.

Император Поднебесной империи Юнлэ поручил адмиралу Чжэн Хэ совершить дальние экспедиции по океану, истинная цель которых так и осталась неизвестной, поскольку китайцы никогда до этого не пускались в длительные плавания и считались «сухопутной нацией».

Адмирал Чжэн Хэ установил в ходе экспедиций дипломатические отношения с десятками стран Индийского океана, побывал на Цейлоне, достиг побережья Африки. Британский историк, офицер Гэвин Мендис выдвинул предположение, что Чжэн Хэ опередил Колумба, открыв Америку на полвека раньше, опередил он якобы и португальца Магеллана, на сто лет раньше обогнув земной шар. Так ли это, остаётся только гадать. Произошло удивительное, по приказу императора были прекращены дальнейшие экспедиции адмирала Чжэн Хэ по Индийскому океану, а все материалы, накопленные за годы странствий: дневники, отчёты, карты и лоции были уничтожены. Почему это было сделано, представляет собой историческую

загадку. Но и то, что было сделано адмиралом Чжэн Хэ впервые в истории мировых мореплаваний, даёт основание таджикскому народу гордиться адмиралом Чжэн Хэ и по праву считать его своим земляком.

Многие начинающие журналисты искренне полагают, что расследование – это лишь своеобразный способ подачи материалов, жанр, в стилистике которого можно написать едва ли не любой материал. Жизнь показала, что журналистское расследование – это не столько жанр, сколько метод, который имеет массу особенностей. И чтобы освоить его, нужны годы практической деятельности. Не сразу и не каждому он даётся в полной мере. Овладеть методом журналистского расследования можно при наличии определённых способностей, осознания своих возможностей и гражданского долга, одного из составляющих подлинной журналистики.

В Китае существует поговорка: «Путь в тысячу ли начинается с первого шага». Эта истина в полной мере приложима к овладению мастерством расследовательской журналистики. Мало сделать в ней первый шаг, нужно пройти весь долгий путь, который сопряжён с познанием истины и достижением высокого профессионализма.

Литература

1. Боровик Г. Артём. – М, «Совершенно секретно», 2000.
2. Вальраф Г. Репортёр обвиняет. – М., 1988.
3. Доронин А. И. Журналистское расследование» // Ось-89, Москва.
4. Уиллмен Дж. Журналистское расследование: современные методы и техника. – М., 1998.

РАЗВИТИЕ ФРАНЦУЗСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В XX ВЕКЕ

Вахидова Рухшона Абдушукуровна

кандидат филологических наук,
старший преподаватель кафедры истории и теории
журналистики и электронных СМИ
Российско-Таджикский (славянский) университет
foi86@mail.ru

Вклад журналистики Франции – одной из ведущих держав мира – в становление и развитие мировой журналистики неоценим. Именно во Франции в XVII веке была создана первая газета современного типа, а спустя два столетия – в XIX-м было основано первое информационное агентство. Французская *Декларация прав человека и гражданина*, принятая в 1789 г., является одним из первых документов, в котором была провозглашена свобода слова и печати. (Так, в Статье 1., п. 11 сказано: «Свободная передача другим мыслей и мнений есть одно из драгоценнейших прав человека; посему всякий гражданин может свободно говорить, писать, печатать, под страхом ответственности за злоупотребление этой свободой в случаях, определенных Законом» [5].) Франция является одной из тех стран, в которой активно развивалась пресса мнений, хотя постепенно она и уступила ведущее место прессе новостей, которой всегда отдавала предпочтение англо-саксонская журналистика.

Немаловажную роль французы сыграли и в развитии мировой журналистики в XX веке. Именно во Франции в 1918 г. была принята *Хартия профессиональных обязанностей французских журналистов* – первый документ, регламентирующий профессиональную этику журналистов. Франция является одной из первых стран, на чьей территории началось радиовещание и телевидение и где активно развивалось иновещание. Также французы внесли значительный вклад в развитие цветного телевидения. Агентство Франс-Пресс (*AFP*) является одним из ведущих информагентств мира, давно зарекомендовавшим себя надежным и оперативным источником информации. Кроме того, и в освоении новой медиаплощадки – Интернета французские СМИ,

в первую очередь печатные издания не остались в стороне, и их опыт послужил для многих своеобразным путеводителем.

При изучении французской журналистики XX века необходимо учитывать историко-политический контекст. В прошлом столетии Франция пережила ряд потрясений, которые негативно сказались на экономике страны, существенно ослабили ее позицию на международной арене и повлекли за собой различного рода социальные проблемы. Речь идет прежде всего о двух мировых и колониальных войнах. Наиболее сложным, кризисным периодом в данном случае стали 40-е и 50-е гг., которые положили начало финансовой – и вследствие этого нередко политической – зависимости Франции от США, что оказало также свое влияние и на развитие французских масс-медиа и французской журналистики.

В XX столетие французская журналистика вступила в качестве одной из наиболее развитых в мире.

• **Печатные СМИ**

Пресса Франции конца XIX – начала XX вв. переживала небывалый подъём как с точки зрения количества выходящих изданий, так и в том, что касается их содержания, удовлетворявшего любому вкусу. Неслучайно специалисты в области зарубежной журналистики называют XIX-й «золотым веком» французской прессы. В начале 1900-х гг. в стране насчитывалось свыше 600 ежедневных газет, а в 1914 г. французская пресса была признана самой читаемой по сравнению с печатью других стран.

Важно отметить такое значительное событие в жизни французского общества, как «дело Дрейфуса», которое произошло на рубеже веков и показало реальную власть печатных СМИ во Франции: французские журналисты не только подняли проблему, но и смогли ее решить – раскрыть правду и оправдать невиновного человека.

Облик французской печати начала XX века определяли «большая четверка» информационных ежедневных газет – *Le Petit Journal*, *Le Petit Parisien*, *Le Matin* и *Le Journal*, тираж которых «превышал 200 тыс. экземпляров» – и вместе с ней «пятерка» газет с «ярко выраженной политической окраской»: *L'Echo de Paris*, *La*

Croix, L'Humanité, Le Temps и *La Presse* – они имели тираж свыше 100 тыс. [1].

Накануне Первой мировой войны «[о]сновную массу периодики составляли многочисленные специализированные издания. В «Ежегоднике французской прессы» за 1914 г. их перечень занимает 300 страниц: это были газеты для авто- и авиалюбителей, для посетителей ипподромов, юристов, военных всех рангов, финансистов, торговцев, коммивояжеров и пр. и пр. Существовала даже «Газета кормящих женщин». Еженедельники, ежемесячники и листки различной периодичности, для разных возрастов, полов, вкусов, профессий. Растет число иллюстрированных изданий», также бурно развивается феминистская печать [1].

Но началась война и ситуация резко изменилась: существенно сократилось число издававшихся газет, уменьшился их объем, изменения претерпели оформление и содержание изданий, все материалы подвергались цензуре. Лишь на «большой четверке» трудности военного времени отразились в меньшей степени.

В период между двумя войнами, с 1919 по 1939 гг. печатные СМИ Франции вынуждены были адаптироваться к новой действительности. С одной стороны, печать должна была приспособиться к изменившимся экономическим и политическим условиям и новым требованиям читателей, на «умонастроение и образ жизни которых война оказала серьезное влияние» [1]. С другой, происходила все большая индустриализация прессы, французская журналистика все больше развивалась по примеру англо-саксонской, в которой главенствующее место отводится информационному и развлекательному контенту. Кроме того, в жизнь французов постепенно входило радио, и печатным СМИ приходилось учиться существовать и развиваться в условиях новой конкуренции. В результате к 1938 г. в Париже насчитывалась лишь 31 ежедневная газета, в провинции – 178 [1].

В годы гитлеровской оккупации важную роль в движении Сопротивления, а также в развитии печати сыграли подпольные газеты, такие как *Défense de la France* («Дефанс де ля Франс»), *Combat* («Комба»), *Le Franc-Tireur* («Франс-тирер»), *La Vie ouvrière* («Ля ви увриер»), *Témoignage chrétien* («Темуаньяж кретьян») и некоторые другие.

После освобождения от немецких оккупантов в 1944 г. Национальная федерация подпольной прессы разработала основные положения «переворота» в печати. Ее цель заключалась, с одной стороны, в ликвидации изданий, которые прямо или косвенно сотрудничали с оккупантами, с другой – в установлении режима социальной свободы, который не отменял бы республиканскую законность, но должен был устранить минусы «капиталистической» печати довоенного периода [8]. Согласно Ордонансу Временного правительства 1944 г., был запрещен выход периодических изданий, созданных после 25 июня 1940 г., а также изданий, которые продолжали выходить «спустя 15 дней после подписания перемирия в Северной зоне (оккупированной немцами) и спустя 15 дней после 11 ноября 1942 г. в Южной зоне (т.е. после вступления немецких войск в зону Вишистского режима)» [8, 21]. Из довоенных газет разрешение на выход получили только семь, в их числе – *Le Populaire de Paris* («Попюлер де Пари»), орган СФИО, *L'Humanité* («Юманите»), газета ФКП, *Le Figaro* «Фигаро» и *La Croix* («Круа»), которые издавались в подполье. Определенные послабления были сделаны для политически нейтральных газет и журналов. Среди наиболее влиятельных газет, которые возникли во время или после войны, необходимо назвать *Le Monde* («Монд»), *Combat* («Комба»), издание левой некоммунистической интеллигенции *Le France-Tireur* («Франс-тирер»), экономическую *Les Échos* («Эко»). Что касается журналов, то к наиболее авторитетным следует отнести *L'Express* («Экспресс»), основанный в 1953 г.

В отличие от других европейских стран возвращение Франции к миру после окончания Второй мировой войны является условным: почти на 15 лет она «увязнет в колониальных войнах». В связи с этим первые годы после освобождения и период Четвертой республики (1946-1958 гг.) окажутся наиболее сложными в современной истории страны.

Наиболее болезненным в те годы был алжирский вопрос, который решился лишь в начале Пятой республики, когда к власти пришел Шарль де Голль. Благодаря принятым им кардинальным решениям и проведенным реформам удалось прекратить войну и восстановить подорванный международный авторитет страны. Важно отметить, что, выступая за Великую Францию и стремясь к

проведению независимой политики, де Голль также вывел страну из НАТО в 1966 г., в которой она состояла с 1949 г.

После освобождения у печатных СМИ помимо радио появился еще один соперник, с которым отныне приходилось бороться за читателя: телевидение. Возникла тенденция к коммерциализации прессы. Ухудшение финансового положения печатных СМИ во второй половине XX века привело к естественному итогу – «концентрации и поглощению» изданий конкурентами. «Еще с XIX в. французская пресса находилась под контролем нескольких монополистических групп, занимавшихся периодической печатью и книгоиздательским делом. Среди наиболее известных можно назвать группу Ашетт (газеты, журналы, книги), группу Эрсана (большое количество газет), группу Амори (газеты, журналы), Байяр-пресс (католическая пресса) и т.д.» [9]. Со временем именно им оказалась подконтрольна большая часть национальных и региональных изданий, они создавали «концерны прессы, обслуживающие целые регионы, ухитряясь при этом обходить французские антимонопольные законы о печати» [9]. Для региональной периодики концентрация явилась экономически выгодной, способствовала модернизации оборудования, в результате чего именно региональная газета *Le Télégramme* первой среди европейских изданий начала выходить в цвете – в 1968 г. Итогом процесса концентрации стало создание влиятельных медиагрупп, медиахолдингов и независимых газет. Что касается влияния концентрации и поглощения на содержание изданий, то ответ на данный вопрос неоднозначен – с ограничениями в той или иной степени приходится мириться всем, так же, как и адаптироваться к меняющимся потребностям читателей.

На протяжении XX века развивалась «массовая пресса», множились массовые ежедневные издания, которых от качественных отличает поверхностное и краткое освещение событий, избирательность, сенсационность, упор на развлечение аудитории и т.п. Ярким представителем являлась газета *Le Parisien Libéré*. Однако с развитием и массовым внедрением телерадиовещания массовые ежедневные издания не выдержали конкуренции, в отличие от качественных газет, и на их место пришли иллюстрированные еженедельники, наиболее известный

среди которых – *Paris Match* («Пари Матч»), основанный Жаном Пруво в 1949 г., чей девиз до 2008 г. – «Le poids des mots, le choc des photos» (досл.: «Вес слов, шок от фотографий»). Главным способом подачи материалов, освещения новостей в массовом еженедельнике являются фотографии, фоторепортажи.

Коммерциализации прессы старались противостоять лишь редкие газеты (и некоторым это удавалось), среди которых была «Комба», основанная в 1941 г. Ее редакция во главе с Альбером Камю, известным французским писателем и журналистом, считала своим долгом издавать свободную от денежной и политической зависимости газету. Цель ее, как написал Камю в своей первой редакционной статье после войны, заключалась в том, чтобы «способствовать дискуссиям о коренном переустройстве французского общества как с экономической точки зрения, так и с политической и социальной, не довольствоваться освобождением территории» [12]. После освобождения «Комба» олицетворяла собой идеалы Сопротивления, в ней сотрудничали такие выдающиеся писатели, как Бернанос, Мунье, Сартр, Гренье, и др. Вместе со своей командой Камю стремился осуществить то, ради чего многие отдали свою жизнь, способствовать моральному обновлению страны, помочь созданию настоящей народной демократической республики, основанной на принципах справедливости и свободы – ключевых понятиях для Камю – и далекой от того, чем была Третья республика. Камю призывал бороться «не за власть, а за справедливость, не за политику, а за мораль, не за господство своей страны, а за ее величие» [12]. И журналистике в данном случае отводилась большая роль.

С середины прошлого века и по сей день одними из ведущих французских изданий являются национальные ежедневные газеты «Монд» и «Фигаро». Вот что пишет исследователь французской прессы Ф. Балль об их значении в годы Четвертой республики: «Среди всей французской прессы несравнимым с другими газетами авторитетом как у читателей, так и у журналистов пользуются две крупные парижские газеты, «Фигаро» и «Монд». Их передовые статьи наиболее цитируемы, их журналистов приглашают высказать свое мнение, их материалы задают тон: именно эти две газеты формируют общественное мнение. Вся французская пресса и все журналисты в подаче информации ссылаются на эти издания.

Редакторы или директора провинциальных газет в качестве оправдания своей слабости в освещении событий имеют обыкновение говорить: «Мы – не «Монд»... не «Фигаро»...» [11, 177]

В период «холодной войны» на страницах французских газет разворачивались настоящие дебаты. По характеру освещения событий газеты эпохи можно разделить на проамериканские, просоветские и те, которые в определенные периоды выступали за тот или другой лагерь или стремились быть нейтральными. К газетам, поддерживавшим «атлантический» курс правительства, относились, прежде всего, правая «Фигаро», а также издание социалистической партии «Попюлер» (до Освобождения – «Попюлер де Пари»), которое из-за конкуренции с коммунистами в разные периоды поддерживало проамериканскую политику государства. Коммунистическая «Юманите» защищала интересы СССР. Некоторые издания, такие как «Монд», поддерживали движение «нейтрализма». Отметим также самую молодую национальную газету Франции *Libération* («Либерасьон»), основанную при непосредственном участии Сартра в 1973 г., придерживавшуюся вначале крайне левых взглядов, но постепенно превратившуюся в левоцентристскую.

Важно отметить такую особенность французской печати, как активное сотрудничество в ней писателей, философов, политологов... – тех, кого во Франции называют интеллектуалами. В XX веке к ним относятся, например, Франсуа Мориак, Альбер Камю, Раймон Арон, Шарль Пегги, Жан-Поль Сартр, Луи Арагон, Андре Моруа, Анри Барбюс, и многие другие. Данный факт обуславливал содержательную глубину и стилистическое богатство французской печати, а также ее аналитичность. Франсуа Мориак, выдающийся писатель Франции, лауреат Нобелевской премии по литературе, который сотрудничал в разных изданиях, в 1963 г. в своих «Блокнотах» выразил благодарность журналистике за возможность участвовать в политической жизни страны: «Вы даже не можете себе представить, насколько это чудесно – завершить свой жизненный путь как журналист... Благодаря журналистике я все еще вовлечен в жизнь... Ужас старости заключается в том, что человек не в состоянии уже ничему служить. Журналистика дает мне ощущение того, что я все еще способен служить идеям,

которые мне дороги, служить вере и защищать моих друзей» [16, 10].

Во французских СМИ для освещения событий и организации журналистских материалов используются различные жанры, многие из которых идентичны журналистским жанрам российских масс-медиа. Это, прежде всего, хроника (*brève*), расширенная заметка (*filet*), отчет (*compte-rendu*), интервью (*interview*, или *entrevue*), репортаж (*reportage*), так называемый монтаж (*montage*), расследование (*enquête*), портрет/портретный очерк (*portrait*), редакционная статья (*éditorial*»), комментарий (*billet*), критика/рецензия (*critique*) [15].

Приведенная палитра жанров используется и во французских аудиовизуальных СМИ.

• **Аудиовизуальные СМИ**

Телерадиовещание во Франции, как и в других ведущих странах мира, появилось в первой трети прошлого столетия. Радио стало использоваться с 1921 г., а годом рождения телевидения официально считается 1935-й.

Первая радиопередача, предназначенная для массового слушателя, вышла 24 декабря 1921 г. на первой французской государственной радиостанции *Radio Tour Eiffel*. Второе государственное радио в Париже *Radio PTT* появилось зимой 1923 г. Годом ранее, 6 ноября 1922-го начала вещание и первая частная коммерческая радиостанция – *Radiola*, созданная *Société française radio-électrique*. В 1933 г. радио было национализировано, а перед этим в 1924-м – переименовано в *Radio Paris*.

Вышеперечисленные радиостанции являлись основными государственными радио, вещающими в Париже накануне войны, в 1939 г. К ним следует также добавить иновещательный орган Франции – радио *Paris Mondial*, до 1938 г. именовавшийся *Poste Colonial*. Радио *Poste Colonial* начало свою деятельность 30 апреля 1931 г. и предназначалось для жителей Французской колониальной империи. Но вскоре, в связи с обострением международной обстановки правительство Франции понимает необходимость расширения поля деятельности радиостанции – ее превращения в иновещательное СМИ в полном смысле слова.

Помимо национализированной *Radiola*, к частным парижским радиостанциям довоенного периода относятся *Poste Parisien*, *Radio Cité*, *Poste de l'Île de France* и *Radio 37*.

Наряду с парижскими также функционировали многочисленные провинциальные радиостанции, например *Radio Lyon* (1924) et *PTT Lyon-la-Doua* (1925) в Лионе, *Radio Sud-Ouest* (1924) и *Radio Bordeaux-Lafayette* (1926) в Бордо, *Radio Normandie* (1929) в Фекане.

Радио довоенного периода развивалось не только количественно, но и качественно, часы вещания увеличивались, программная сетка уплотнялась и становилась все более разнообразной.

Первая передача на *Radio Tour Eiffel* длилась 30 минут, носила информационный характер и включала обзор прессы, прогноз погоды и отрывок из музыкального произведения на виолончели. А первый выпуск радионовостей вышел в 1923 г., 6 января, на *Radiola* (впоследствии - *Radio Paris*), его представил Морис Вино.

Выпуск новостей становился обычным и регулярно выходящим явлением на всех радио. В данном случае примечательно отметить деятельность запущенного государственным *Radio PTT* в 1927 г. отдельного радио под названием *Radio Journal de France* (что можно перевести как «Радионовости Франции»), полностью посвященного новостям, нацеленного на информирование аудитории с помощью хроник (заметок), репортажей, отчетов, а чуть позже – прямых трансляций с Тур де Франс и крупных спортивных событий. Кроме того, на радио особое внимание уделяли обратной связи. Так, разного рода актуальные события в прямом эфире комментировались артистами и – по телефону – слушателями. На этом радио также ввели оригинальную практику чтения новостей: новости состояли из рубрик, продолжительность которых не должна была превышать четыре минуты, и их читал не один диктор, а несколько – журналисты, подготовившие информацию для этих рубрик.

Наряду с новостями программную сетку довоенного французского радио составляли радиоконцерты, радиоспектакли, радионовеллы, аудиоверсии литературных произведений и т.п.

Наиболее высоким качеством и разнообразным, богатым содержанием в 20-е – 30-е гг. отличалась сетка вещания *Radio*

Paris, что обусловило его популярность у аудитории и явилось причиной заинтересованности государства в его национализации. На *Radio Paris* свои первые шаги в качестве радиоведущего делал Жан Ноэн (под псевдонимом «Жабун»), чья молодежная программа наряду с двумя радиоиграми, которые он вел, пользовались большим успехом у слушателей. Кроме того, впервые именно на данной радиостанции появился свой танцевальный оркестр, а также первая религиозная передача, которая стала популярной. Однако не все было просто с религиозными программами. В 1934 году на основе декрета Мистлера они с эфира были сняты, хотя ненадолго. Протесты аудитории заставили руководство вернуть программы, но вместе с тем было решено запустить рубрику радиобесед философского характера, призванную стать площадкой для «инакомыслящих». Следует отметить, что радиобеседы постепенно заполнили эфир *Radio Paris*, как и других радиостанций, – они касались самых разных тем: истории, медицины, сельского хозяйства, экономики и др., но больше всего беседовали о литературе. *Radio Paris* ставило целью стать для своих слушателей «популярным университетом» [18].

Важным сегментом аудитории радио всегда являлась молодежь. Одной из наиболее популярных французских радиостанций, которая вещала для молодых слушателей, в те годы было *Radio 37*. Радио передавало концерты, игры, театральные постановки и много музыки (джаз, игру на волынке и др.). Станция заключала, кроме того, эксклюзивные контракты с рядом звезд эстрады, среди которых была известная французская певица Мистангет, ведущая программу по вечерам в 20:30. Наряду с этим важное место в сетке вещания *Radio 37* занимали новостные блоки, которые выходили восемь раз в день и были сильной стороной радиостанции, т.к. материалы для них готовили талантливые журналисты, пришедшие из газет (медиагруппы Пруво).

29 июля 1939 г. вышло постановление президента Франции Эдуарда Даладье, согласно которому на радиовещание, а также зарождавшееся телевидение устанавливалась государственная монополия. В связи с этим в 1939 г. была создана правительственная организация *Radiodiffusion nationale* («Национальное радиовещание»), призванная лицензировать радиостанции и обеспечивать реализацию их деятельности. До этого деятельность

радиостанций регулировал *PTT (Postes, Télégraphes et Téléphones, «Почта, телеграф, телефон»)*. *Radiodiffusion nationale* также должна была впредь контролировать функционирование телевидения, хотя оно было доступно еще далеко не всем.

Телевидение во Франции родилось в 30-е гг., накануне войны. Передача «картинки» (разрешение – 10 строк [3, 76]) на расстояние была впервые осуществлена в апреле 1931 г., однако это был лишь эксперимент, хотя и знаковый, в череде многих. Поэтому годом появления телевидения во Франции объективно называется 1935-й, когда с относительной регулярностью на первом, старейшем французском телеканале *Radio-PTT Vision* (предшественнике современного *TF1*) стали выходить первые телевизионные программы. Переданный 26 апреля 1935 г. телевизионный материал носил развлекательный характер, а первыми лицами, показанными по французскому ТВ, стали актриса Беатрис Бретти, радиожурналист Жан Тоскан и отец французского телевидения Рене Бартелеми. В первые годы эфир в основном заполняли культурно-развлекательные передачи – цирковые представления, номера кабаре и т.п. Для их постановки и показа по телевизору артисты сами приходили в телестудию, а не наоборот – технически по-другому передавать такого рода программы тогда было невозможно (так же, как и на радио, где музыка, концерты транслировались благодаря живому оркестру и артистам, в студии исполнявшим свои произведения).

Постепенно на телевидение пришла новостная журналистика, стали передаваться сообщения о происходивших событиях. Значимым в данном случае является 1937 г., когда в Париже проходила международная выставка, на которой присутствовал первый репортер французского телевидения Жак Доно, где он интервьюировал посетителей, откуда с улицы вел первый «почти прямой» телевизионный репортаж. С этого года телевизионные передачи стали транслироваться каждый вечер с 20:00 до 20:30, а уже в следующем, 1938-м объем передаваемого в течение недели по ТВ контента составлял 15 часов [18]. Развитие телевидения, намерение правительства «покрыть всю страну телесетью» требовало и увеличения выпуска телевизоров (которых в 1938 г. насчитывалось 500 [3, 77]), для чего предпринимались соответствующие меры.

Деятельность как радио, так и телевидения Франции приостановилась после того, как началась Вторая мировая война. Важно отметить, что после ее окончания далеко не все радиостанции смогли вернуться к жизни. Война существенно препятствовала полноценному функционированию телерадиовещания, но, несмотря на это, радио и телевидение продолжали развиваться.

Военное время, вражеская оккупация отрицательно влияли на работу системы французского радиовещания и ее развитие, однако именно в эти годы радио показало свою мощь, свою способность воздействовать на умы и чувства людей и вести за собой. В будущем, хотя ему и удастся не сдать свои позиции перед телевидением и занять свои нишу в системе средств массовых коммуникаций, никогда после оно не играло столь значимую, судьбоносную роль в истории страны.

На следующий день после капитуляции Франции 18 июня 1940 г. генерал Шарль де Голль, будучи в Лондоне, обратился по радио Би-би-си ко всем французам с призывом объединиться для борьбы с оккупантами. Эта дата, обращение генерала де Голля считается во французской истории началом движения Сопротивления. Де Голль возглавил движение Свободная Франция (позже Сражающаяся Франция), которое примыкало к антигитлеровской коалиции. Оно, как написал генерал в своих «Военных мемуарах», было «единственным легальным движением за освобождение страны от фашистского нашествия, поскольку оно, в отличие от внутреннего движения Сопротивления, находилось вне зоны досягаемости как немецких оккупантов, так и вишистских коллаборационистов» [4, 14]. А организованное внутри страны движение Сопротивления поддерживало Свободную Францию, тесно с ней сотрудничало.

Постоянные обращения де Голля по «Радио Лондон» (*Radio Londres*) – так назывались программы британского радио на французском языке и для французов – к своим соотечественникам на оккупированной родине с призывом не падать духом, объединиться и не уступать врагу сыграли, возможно, ключевую роль в борьбе с оккупантами и освобождении страны.

Пропаганда, которую вела Свободная Франция посредством радиопрограмм из Лондона, оказывала на французских граждан как на родине,

так и за ее пределами, сильное влияние особенно благодаря тому, что вещание осуществлялось ежедневно, поддерживая в людях надежду и вдохновляя их на борьбу. Пример *Radio Londres* показателен с точки зрения той роли, которую могут играть масс-медиа в жизни человека и общества: передачи радио в значительной степени определяли национальный размах деятельности Свободной Франции (Сражающейся Франции), способствовали консолидации сил внутри страны и укреплению движения Сопротивления под ее эгидой, и наделяли де Голля могуществом чуть ли не мифологических героев.

Что касается радиовещания в оккупированной Франции, то многие радиостанции перестали функционировать, а те, которые пытались продолжить свою деятельность, подвергались жесткому контролю со стороны властей и вынуждены были с ними сотрудничать. Действительно коллаборационистским в это время стало *Radio Paris*, которое оккупанты превратили в свой рупор и в деятельности которого во время войны важную роль сыграл коллаборационист, оратор Филипп Анрио (Henriot), убитый в 1944 г. партизанами. Выбор фашистов пал на *Radio Paris* не случайно: до войны радиостанция была одной из самых популярных и влиятельных, более того – национальной, поэтому оккупанты рассчитывали с ее помощью воздействовать на сознание людей и привлечь их на свою сторону. Между *Radio Paris* и *Radio Londres* велась так называемая «война волн» (*guerres des ondes*). В связи с этим популярным стал припев «Radio Paris ment, Radio Paris ment, Radio Paris est allemand» (««Радио Париж» лжет, «Радио Париж» лжет, «Радио Париж» – немецкое») – музыкой послужила мелодия из песни «Кукарача». Во время войны в жизни *Radio Paris* произошли разные события, которым пришел конец 26 августа 1944 г., как и деятельности самого радио.

Относительно телевещания в период оккупации необходимо отметить следующее.

В 1943 г., подчиняясь требованиям оккупантов, для немецких солдат в парижских госпиталях была организована трансляция передач с Эйфелевой башни, которые шли, как отмечает Н.А. Голядкин, по 14 часов вплоть до августа 1944 г. [3, 77]. Кроме того, «[п]редполагалось, что на базе самого мощного по тем временам парижского передатчика возникнет единое европейское национал-

социалистское ТВ, которое на первых порах охватит три страны – Германию, Францию и Италию. Передачи (кинофильмы, кабаре, балет, информационные обзоры) шли на французском и немецком языках и имели скорее развлекательный, нежели пропагандистский уклон. Телеоператоры, режиссеры, дикторы приобретали таким образом опыт, студия действовала. И после освобождения не понадобилось много времени, чтобы наладить дело» [3, 77].

Причина, по которой французское телевидение не смогло возобновить вещание сразу после Освобождения, заключалась в том, что передатчики на Эйфелевой башне были «заняты» американскими военными для трансляции военных передач. Но весной 1946 г. телевидение Франции вернулось к своим зрителям со спектаклем «Танец в перьях», и некоторое время вещание продолжилось в старом духе: снова стали передавать цирковые номера, номера кабаре, к ним добавились спектакли (оперные и драматические), которые ставили признанные режиссеры театра и кино. Информационные сообщения тоже занимали определенное место в программной сетке, но только с 1949 г. начался процесс превращения телевидения в средство массовой информации.

Во второй половине 40-х гг. во Франции насчитывалось только около восьми тысяч телевизоров, которые стоили дорого [3, 78]. С целью популяризации телевидения стали передаваться прямые репортажи с политических и спортивных мероприятий, выходить выпуски новостей, инициатором появления которых был Пьер Сабах. Именно его команда транслировала первый прямой репортаж для новостной программы о «соревновании воздухоплателей на воздушных шарах» [3, 78]. В первом выпуске новостей на французском телевидении не было диктора – были показаны сюжеты, сопровождавшиеся закадровым комментарием. Выпуски новостей, с помощью которых можно было увидеть воочию кадры с места событий, репортеров-очевидцев и других участников, вскоре завоевали популярность у зрителей и стали выходить два раза в день. За пять лет – с 1949 по 1953 г. объем вещания в неделю увеличился на 20 часов – с 14 до 34. А в 1953 г., когда в течение недели по телевидению шла трансляция торжеств по случаю коронации Елизаветы II, было продано пять тысяч телевизоров [3, 78].

Французское телевидение развивалось не только в Париже. В 1950 г. в городе Лилль был открыт первый региональный телецентр. В 1952 г. состоялось такое событие, как франко-британская теленеделя, на протяжении которой «по радиорелейной линии Париж – Лилль – Лондон в обеих столицах транслировалось по 13 часов прямых репортажей» [3, 78].

В 50-е гг., а именно в 1956 г. был создан конкурс песни «Евровидение», старейшая программа музыкально-развлекательного характера, которая уже тогда транслировалась почти во всех европейских странах, в том числе во Франции. Причиной создания телевизионного конкурса, в числе прочих, называют также популяризацию телевидения.

В конце 1959 г. телевидение стало доступным почти 95% населения страны, и с этого момента можно говорить о системе средств массовой информации Франции, включающей печатные периодические издания и аудиовизуальные медиа. Как написал о сосуществовании и взаимодействии печатных и аудиовизуальных СМИ, точнее СМК в 60-е – 68-е гг. Ф. Балль, «пресса, кино, радио и телевидение, каждый по-своему и в разном масштабе проникает в действительность, но еще никогда крупные медиа не соревновались друг с другом до такой степени за расширение своей аудитории, никогда еще они не были так похожи друг на друга, вынужденные выбирать одни и те же темы [...] в желании успешнее своих соперников преодолеть пассивность и непостоянство публики» [17]. Таким образом, одну и ту же информацию отныне стало возможным получать через разные медиа – выбор был за аудиторией. В те годы СМИ, как и в наши дни, не раз сталкивались с финансовыми проблемами и преодолевали их во многом благодаря поддержке/вмешательству государства.

Значимым событием в жизни радио и телевидения страны после освобождения явилось установление государственной монополии (Ордонасом 1945 г.). В тот момент послевоенной разрухи и неопределенности решение для многих, в том числе политических партий, представлялось верным и долгое время определяло характер развития французского телерадиовещания.

Следует отметить, что в 1949 г. организация *Radiodiffusion nationale* ввиду ‘массовизации’ телевидения стала называться *Radiodiffusion-télévision française* («Радиовещание и телевидение

Франции», *RTF*), а перед этим в 1945 г. была переименована в *Radiodiffusion française* («Радиовещание Франции») – в ее состав в 1948 г. вошла дирекция телепрограмм.

Десять лет спустя, в 1959 г. у *RTF* появился первый устав, который закрепил государственную монополию на вещание. Кроме того, к названию органа добавилась буква «О» (*office*), и отныне он стал именоваться *l'ORTF*. Почти 20 лет после войны французское радио и телевидение объявлялось руководством страны «голосом и зеркалом Франции», вплоть до прихода к власти Валери Жискара д'Эстена в 1974 г.

Сложившаяся ситуация обусловила отсутствие частных радиостанций внутри страны, а те станции, которые вещали до войны, либо не смогли возобновить свою деятельность в силу выше отмеченных обстоятельств, либо были национализированы. В связи с этим 50-е – 60-е гг. стали периодом популярности во Франции так называемых «периферийных» частных радиостанций, которые вещали на ее территорию с соседних, граничащих с ней государств. Это, прежде всего, старое *Radio Luxembourg (RTL)* с 1966 г.), *Radio Andorre* и созданное в 1955 г. радио *Europe n°1*, превратившееся впоследствии в *Europe 1*. Последнее было особенно популярным среди молодежи, на которую оно и ориентировалось и для которой другие радиостанции в сравнении с ним казались «радио для родителей». *Europe 1* передавало современную западную, англосаксонскую музыку, в частности рок-н-ролл, а самой его знаменитой программой была передача «Привет, друзья!» («*Salut les copains !*»).

Как отмечает И.В. Степура, эти «экстерриториальные станции давали альтернативный взгляд на события и предлагали новые формы вещания (информационного и музыкального). Это были своего рода иностранные «радиоголоса» для Франции, однако их, как в СССР, не «глушили». Более того, французское правительство стремилось получить в них влияние через покупку пакетов акций! Так было со станцией «Европа 1», которая получила даже студию в Париже. Вплоть до начала 1980-х гг. правительство Франции занимает двойственную и где-то даже страусиную позицию по отношению к частному радио. С одной стороны в стране возможно вещание только государственного радио, но всю страну покрывает вещание частных станций» [7]. Также «периферийные»

радиостанции имели свои корпункты и бюро во Франции, имели право организовывать концерты и другие массовые мероприятия [7]. Их деятельность, благодаря которой французы получали политически нейтральную и более независимую информацию, немало способствовала последующим реформам в области электронных СМИ.

Во время майских событий 1968 г. – массовых студенческих волнений именно периферийные радио наряду с газетами давали населению правдивую информацию о происходившем, их слушали семьями, тогда как государственные радио и телевидение, где действовала цензура, либо совсем умалчивали об этом факте, либо передавали только часть правды, что выглядело, по меньшей мере, странно, т.к. местные жители могли видеть все своими глазами.

Майские события сыграли ключевую роль в изменении положения дел в сфере телерадиовещания. Во время волнений 1968 г. многие журналисты *l'ORTF* стали выражать свое недовольство ситуацией в телекомпании и тем, как освещались события, более того – пошли на забастовку и впоследствии были уволены. И хотя радио и телевидению постепенно стала предоставляться некоторая свобода, кризис уже наступил и в итоге привел к роспуску *l'ORTF* в 1974 г., в первый год президентства д'Эстена. Однако государство «сохраняло за собой монополию на выпуск и планирование передач, но делегировало контроль над ними трем телекомпаниям: ТФ-1, Антенн-2 (А-2) и ФР-3» [3, 81].

TF 1 (Télévision française 1, «Французское телевидение 1») – это телекомпания и первый общенациональный телеканал Франции, который был создан 6 января 1975 г. и «происходит от» первого, старейшего канала *Radio-PTT Vision* (1935-1937), имевшего разные названия: *Radiodiffusion nationale télévision* (1937-1939), *Fernsehsender paris* (1943-1944), *RDF Télévision française* (1944-1949), *RTF Télévision* (1949-1964), *la Première chaîne de l'ORTF* (1964-1975). В 1986 г. начался процесс приватизации *TF 1*, который завершился в 1987-м, – канал перешел в руки частных акционеров, главным среди которых является группа *Bouygues*.

Antenne 2 – это телекомпания и второй общенациональный телевизионный канал Франции, созданный в 1975 г. на основе Второго общенационального канала, который первым стал вещать в цвете и был открыт в 1964 г. (другими словами, это «вторая

кнопка» на французском телевидении). Так же, как и *TF 1*, второй канал *Antenne 2* в разные годы назывался по-разному: *Deuxième chaîne de la RTF* (1964), *Deuxième chaîne de l'ORTF* (1964-1967), *Deuxième chaîne couleur de l'ORTF* (1967-1975). Слово *deuxième* означает в переводе с французского языка «второй». *Antenne 2* в 1992 г. был переименован во *France 2*.

FR-3 (France Régions 3) – телекомпания и третий общенациональный канал Франции, в момент создания в 1972 г. названный *La troisième chaîne couleur de l'ORTF* («Третий цветной канал ОРТФ») и переименованный в 1975-м в *France Régions 3*, который в 1992 г. становится *France 3*. *FR-3* был создан в качестве телеканала регионального характера и остается таковым. Необходимо отметить, что в 1972 г. это был по счету 19-й французский телеканал. Важно также отметить, что телеканал, по поручению президента Франции д'Эстена, призван был обеспечивать население «свободной и открытой информацией» [13]. Кроме того, согласно Закону 1974 г., который распустил *l'ORTF*, «третья кнопка» становилась основным телеканалом, транслирующим художественные фильмы.

Таким образом, второй и третий каналы (*Antenne 2* и *FR-3*) сразу стали вещать в цвете, что неудивительно: Франция – страна-разработчик системы аналогового цветного телевидения СЕКАМ, которая использовалась во множестве стран, в том числе СССР. Примечательно, что из-за нехватки средств *первый* канал начал вещание в цвете только в 70-е гг. Кроме того, из-за финансовых проблем наряду с необходимостью развивать телевидение абонентская плата со временем поднималась, а также появилась (в 1968 г.) и постепенно увеличивала свой объем в телеэфире реклама.

По примеру США и на французском телевидении была введена практика теледебатов между кандидатами на президентский пост (первые теледебаты состоялись между д'Эстеном и Миттераном в 1974 г.), а также освещения дебатов в парламенте. Согласно Закону 1974 г., каждой партии, в составе которой больше 20 депутатов, было предоставлено право «пять-шесть раз в году выходить в эфир с 15-минутными политическими передачами» на двух первых телеканалах *TF 1* и *Antenne 2*, тогда как «мелкие политические группы получали доступ на *FR-3*» [3, 81].

Теледебаты сразу завоевали популярность у аудитории. Наряду с ними отметим ряд передач, которые пользовались или до сих пор пользуются успехом у телезрителей. Это:

- *La Séquence du spectateur*, передача о новостях мира кино, которую вела Катрин Лонге и которая выходила в течение 36 лет, с 1953 по 1989 г.;

- *La camera explore le temps* («Камера исследует время»; 1957-1966 гг.), самая популярная программа того времени на историческую тематику, которая выходила на первом государственном канале и наиболее популярным выпуском которой стал «Террор и добродетель (Дантон и Робеспьер)» – после его трансляции в редакцию канала поступило более тысячи писем от зрителей;

- *Discorama* (1959-1974 гг.), программа, посвященная миру музыки и театра, ее ведущей была Дениз Глазе;

- *Quand j'avais dix ans* («Когда мне было 10 лет», 1960 г.) – имевшая громкий успех детская программа, придуманная известным французским ведущим и журналистом Жаном Ноэном, выпуски ее представляли собой своего рода репортажи, особенность которых – дети в роли репортеров;

- *Face à face* («Лицом к лицу», 1966 г.), политическая передача, выходившая раз в месяц, где приглашенный политик отвечал на вопросы ведущих – Жана Фарана и Игоря Баррера;

- *Intervilles* («Между городами», 1962 г.), популярная старейшая спортивная телеигра, в которой соревнуются две команды из разных городов;

- *Le Petit Rapporteur* (букв. «маленький информатор») (1975-1976 гг.), выходивший на *TF1* еженедельный сатирический выпуск новостей, который готовили настоящие журналисты во главе с Жаком Мартеном и значение которого в истории французского телевидения определяется журналистской смелостью и оригинальностью;

- *Les Dossiers de l'écran* («Экранное досье», 1967-1991 гг.), программа, посвященная анализу конкретного фильма, которую создал и вел Арман Жаму на втором канале

Как было отмечено выше, государственная монополия распространялась и на радиовещание. Одним из ее последствий

стало появление пиратских – нелегальных радио внутри страны, таких, например, как *Radio Campus*, *Radio cœur d'acier*, *Radio Ivre*, *Radio Verte*, *Radio Active*, которые вещали в разных регионах Франции. В противовес их деятельности, с целью отвоевать слушателей, радиоккомпания *Radio France* запустила в 1980 г. пять новых станций, но предпринятая мера оказалась напрасной. Вскоре, 9 ноября 1981 г. государственная монополия была отменена, и пиратские радиостанции превратились в свободные. Либерализация СМИ была одним из обещаний Франсуа Миттерана на президентских выборах.

Однако с обретением аудиовизуальными масс-медиа свободы возникла необходимость в специальном органе, наделенном правом распределять частоты (максимально справедливо). Проблему решил *Закон о радио и телевидении*, принятый 29 июля 1982 г. Во-первых, он «гарантировал свободу аудиовизуальной коммуникации, подтвердил право граждан на свободную плюралистскую коммуникацию» [7]. Во-вторых, благодаря ему был создан Высший орган аудиовизуальной коммуникации, в обязанности которого отныне входило распределять частоты и обеспечивать независимость общественных радиостанций, входящих в группу *Radio France*. В 1986 г. Высший орган заменила Национальная комиссия по коммуникации и свободам, которая в свою очередь была заменена Высшим советом по телерадиовещанию в 1989 г. Вышеуказанный Закон также дал «зеленый свет» кабельному телевидению, что дало возможность правительству приступить к его внедрению.

Либерализация вещания открыла путь частным телекомпаниям и способствовала постепенной коммерциализации эфира.

4 ноября 1984 г. появился четвертый общенациональный и первый частный телеканал *Canal+*. Основным контентом канала с самого начала были кино и спорт. *Canal+* является первым каналом с абонентской платой, и открыл его правительственный конгломерат *Havas* («Гавас»; сегодня *Canal+* принадлежит медиаконгломерату *Groupe Canal+* филиалу французского медиаконгломерата *Vivendi*).

Вскоре после открытия *Canal+* в 1986 г. появились еще две коммерческие общенациональные каналы, которые назвали *Пятым*

и *Шестым*. Пятый канал запустил французский медиамагнат Роббер Эрсан и Сильвио Берлускони. Программы канала носили развлекательный характер, создавались по модели итальянских, представляли собой в основном различные игры, викторины, шоу и содержали «обилие полуголых женщин», из-за чего его «тут же окрестили каналом «больших денег и больших бюстов» [3, 85]. Вместе с тем в отличие от других телеканалов на *Пятом* реклама подавалась не отдельными блоками после каждой программы, а посередине ее, прерывая. Всё вкуче обусловило низкий рейтинг канала и привело к его закрытию в 1992 г.

Шестой канал – *TV6*, являвшийся бесплатным, тоже был закрыт – по политическим причинам, но гораздо раньше: он не просуществовал и года. Однако канал, посвященный музыке и ориентированный на молодого зрителя, оставил яркий след в истории французского телевидения и в памяти молодежи того времени своими оригинальными передачами и талантливыми ведущими, журналистами. Его место в 1987 г. занял *M6 (Métropole 6)*, общенациональный коммерческий канал, который является одним из наиболее просматриваемых сегодня.

А на месте *Пятого* телекомпания *La sept* («Ля сет», что, с одной стороны, переводится как «Седьмая», а с другой – является аббревиатурой и расшифровывается как *Société d'Édition de Programmes de Télévision*) и немецкие компании АРД и ЦДФ открыли в 1992 г. франко-немецкий культурно-просветительский канал *Arte (Association relative à la télévision européenne; «Артэ»)*, на котором и сегодня запрещена реклама и который содержится благодаря госассигнованиям и бюджету учредителей. Контент *Arte* составляют культурно-образовательные передачи, художественные фильмы, концерты не для «массового потребителя», спектакли, канал является площадкой для презентации произведений современного искусства и ориентирован, в первую очередь, на европейского зрителя.

Следует отметить, что компания *La sept* еще в 1989 г. запустила телеканал *La sept*, и он тоже является «культурным», но намного менее популярным. Еще одним телеканалом, запущенным в конце прошлого века во Франции, является *La Cinquième* («Пятый»), переименованный затем во *France 5*. Телеканал является образовательным.

Важное место в деятельности современных аудиовизуальных французских СМИ всегда отводилось инновещанию. Однако если изначально деятельность инновещания была политически окрашена, то со временем французы все больше уходили от политики в сторону беспристрастного информирования, не изменяя при этом своей культурно-просветительской миссии. Главными инновещательными органами страны сегодня являются *Radio France internationale*, *TV5 Monde* и *France 24*. Первые два были созданы в XX в.: *Radio France internationale* – в первой трети прошлого столетия (на протяжении своего существования оно не раз меняло название), *TV5 Monde* – в 1984 г.

Другим, социально значимым направлением во французском телерадиовещании является общественное телевидение.

В 1992 г. телекомпании *Antenne 2*, ставшая *France 2*, и *FR-3* объединились и создали одну – *France Télévision*, в которую, соответственно, вошли два канала: *France 2* и *France 3* – переименованный *FR-3*. Эти два канала составят основу общественного телевидения Франции, которое с самого начала было призвано отличаться как от коммерческого, так и от государственного, быть «телевидение[м] без насилия, но с большим набором образовательных, просветительских, спортивных и развлекательных программ высокого качества, причем затрагивающих интересы абсолютно каждого члена общества без исключения» [2]. Сегодня во *France Télévision* входят также телеканалы *France-4*, *France-5* и *France Ô* вместе с *Outre-Mer 1ère* – последние осуществляют вещание для зрителей в заморских департаментах Франции.

Французское общественное телевидение уже с 90-х годов вынуждено бороться за свое существование и исполнение своей миссии в высококонкурентной среде, где его наиболее опасным соперником является частный коммерческий канал *TF1*. Сегодня оно переживает глубокий кризис, начавшийся вследствие экономических реформ Николя Саркози, в результате которых на телеканалах *France Télévision* была отменена вечерняя реклама. Однако качественное общественное телевидение играет исключительную по своей значимости роль в жизни общества и в развитии самого телевидения и тележурналистики, и французы должны это понимать.

Французская журналистика прошла в XX веке сложный, насыщенный и полный неожиданных поворотов путь, но направление всегда было одно: вперед. История журналистики Франции XX века показывает, с одной стороны, действительное могущество СМИ и журналистов, их огромные возможности, способность воздействовать на ситуацию, менять ход событий, разоблачать зло, раскрывать правду, решать проблемы, выполнять свой долг – представлять и защищать интересы общества, но с другой стороны, она также является наглядным свидетельством их уязвимости, слабостей и пороков.

Литература

1. Анিকেев В.Е. История французской прессы (1830-1945) [Электронный ресурс]. – М., 1999. – Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text19/036.htm#з_03_3
2. Васильева А.В. Кризис общественного телевидения Франции // Медиаскоп [Электронный ресурс]. – 2013. – Вып. 4. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1397>
3. Голядкин Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения: Учеб. пособие для студентов вузов / Н. А. Голядкин. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 190 с.
4. Де Голль Ш. Военные мемуары. Призыв (1940-1942 гг.). – М.: Изд-во Иностранной литературы, 1957. – 824 с.
5. Декларация прав человека и гражданина 1789 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikisource.org/wiki/Декларация_прав_человека_и_гражданина
6. О'Коннор Дж. К. «Евровидение»: Официальная история конкурса песни [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org>
7. Степура И.В. Радио и телевидение Франции: от государственного контроля к плюрализму вещания (1959–2000) // Экономика и социум [Электронный ресурс]. – 2015. – №2-4 (15). – С. 588-605. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=25209118>
8. Шарончикова Л. В. Пресса Франции в меняющемся мире (1944-2004). – М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2007. – 440 с.

9. Элис П. Пресса Франции. 1949-1989 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://samlib.ru/p/patrik_e/zhurnalistikafrancii.shtml
10. Andersen G. Finlande, pont avancé entre la Russie et l'OTAN / G. Andersen // Combat. – 1955. – Le 29 oct.
11. Blandin C. Le Figaro. Deux siècles d'histoire. – Paris: ARMAND COLIN, 2007. – 312 p.
12. Camus A. Actuelles I. Écrits politiques (Chroniques 1944-1948) [Электронный ресурс]. – Paris: Les Editions Gallimard, 1972. – 84 pp. – Режим доступа: http://classiques.uqac.ca/classiques/camus_albert/actuelles_I/actuelles_I.html
13. Greilsamer L. L'homme du Monde. La vie d'Hubert Beuve-Méry. – Paris: Perrin, 2010. – 768 p.
14. Histoire de la télévision française [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://fr.wikipedia.org/wiki/Histoire_de_la_t%C3%A9l%C3%A9vision_fran%C3%A7aise
15. Les genres journalistiques. Savoirs et savoirs-faire. / Ouvrage collectif sous la direction de R. Ringoot et J.-M. Utard. – Paris: L'Harmattan, 2009. – 274 p.
16. Mauriac F. Bloc-notes, T.1 (1952 – 1957). – Paris: Editions du Seuil, 1993. – 607 p.
17. Ndjieunde M.-M. La question des medias en France :1950-1970. – Lyon, 2000. – 46 p.
18. Radio_en_France [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://fr.wikipedia.org/wiki/Radio_en_France#Les_premi%C3%A8res_%C3%A9missions
19. Radiodiffusion-télévision française [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://fr.wikipedia.org/wiki/Radiodiffusion-t%C3%A9l%C3%A9vision_fran%C3%A7aise

ВЛИЯНИЕ НОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ЖУРНАЛИСТСКИЙ ТЕКСТ

Петрушкова Виктория Викторовна

кандидат филологических наук,

доцент кафедры печатных СМИ и PR

Российско-Таджикский (славянский) университет

m.g.petrushkov@yandex.com

XX столетие ознаменовалось революцией коммуникационных технологий, оказавших институциональное влияние на все стороны человеческой жизни: Интернет, сотовая связь, протоколы мгновенной передачи текста, звука и видеоизображения на расстоянии, определили появление доселе неизвестных феноменов и в журналистике, таких как социальные сети, блогинги, гражданская и конвергентная журналистика, видеохостинги и т.д.

В чем же основные отличия коммуникационных технологий? И какое влияние они оказывают на характер СМИ, в первую очередь, печатных, и на журналистский текст как основу всех основ?

Самое важное и революционное, на наш взгляд, то, что информация, передаваемая всеми новыми каналами коммуникации – цифровая, именно поэтому многие эксперты употребляют для определения процессов, произошедших в конце XX века, термин – «цифровая революция». Суть ее в том, что вся информация существует в виде матрицы, которая при запросе пользователя может быть произведена и в виде текста, и в виде звука, и в виде графического образа или видео. При этом «тиражирование» данной информации происходит:

1. по требованию пользователя,
2. без обязательного размещения на вещественном носителе, в связи с чем, в отличие, например, от печатных СМИ, количество потребителей данной информации и их географическое местонахождение не влияет на ее «себестоимость», что дает новым видам коммуникации синергетический эффект, заключающийся в небывалой ранее оперативности в создании, получении и потреблении информации.

Эти качества обусловили появление таких особенностей «новой» журналистики, как появление возможности ежедневного, ежечасного (а при необходимости, и более частого) обновления информации, ее сортировки и архивирования с предоставлением свободного, круглосуточного доступа пользователя к любой архивированной информации.

Все вышеуказанные преимущества новых коммуникационных технологий наложили несколько явных «отпечатков» на журналистский текст и творчество журналиста.

1. Объем журналистского текста

Печатные СМИ всегда зависят от типографского формата и размера печатной площади, которая из выпуска к выпуску остается фиксированной. Количество контента весьма вариабельно и зависит от событийной насыщенности, скачкообразно возрастающей при любых форс-мажорных обстоятельствах (чрезвычайные ситуации, экономические и политические кризисы, войны, конфликты, катастрофы и т.д.): чем ситуация хуже, тем больше из нее можно «выжать». Количество газетных площадей фиксировано, что обуславливает необходимость сокращения тех или иных журналистских материалов или же, напротив, является причиной появления так называемых «добивок» или «закрывашек», предназначение которых в заполнении остатков газетных площадей после верстки основных материалов. В цифровой журналистике подобных проблем нет, что дает журналисту несравнимо большую степень свободы при его творчестве.

Однако, необходимо оговориться, что данная особенность несет в себе и угрозы, связанные с размыванием рамок, влияющих на внутреннюю организацию журналиста.

2. Уменьшение зависимости журналиста от цензуры, редакции и политики СМИ.

В связи с тем, что новые коммуникационные технологии несут с собой такие качества, как доступность информации, децентрализацию, де-иерархизацию редакционных и издательских структур, свободу рынка информации, ликвидацию монополии на создание и распространение информации, независимость от месторасположения журналиста, редакции и потребителей, поливариативность выбора информационных источников для потребителей, относительную конфиденциальность и анонимность

журналиста и самого СМИ (при необходимости) и возможность «обходить» запреты, препоны и преграды для свободного распространения информации, журналистский текст становится более откровенным, прямолинейным, честным, в нем все активнее проявляется личная позиция журналиста, его гражданская позиция, его не всегда лицеприятное мнение, особенно о власти предрержащих; журналистский текст становится свободным от цензуры, содержит больше критики, на него все больший и больший отпечаток накладывает стиль конкретного журналиста, не ограничиваемого общей стилистикой того или иного СМИ, определенными качественными и количественными рамками и т.д.

3. Увеличение зависимости журналиста от аудитории в виду интерактивности.

Новые коммуникационные технологии «принесли» с собой абсолютно новое качество СМИ – интерактивность, заключающуюся в уникальных возможностях для аудитории «цифровых СМИ» оказывать он-лайн (режим реального времени) и оф-лайн (со сдвигом во времени) влияние на работу СМИ путем активации ссылок, осуществления произвольной навигации, изменения порядка отображения информации для самого себя, осуществление мгновенной «обратной связи» в виде отзывов, доступных для других пользователей, в форумах, гостевых книгах, комментариев под каждой конкретной статьей, голосования за конкретную статью, формирования ее рейтинга, а, следовательно, ее расположения на странице конкретного СМИ и в цифровом архиве, индекса ее цитируемости и ее популярности у других пользователей.

Эта, подчас – мгновенная обратная связь с читателями, не только влияет на отношение СМИ к журналисту и его тексту, но и позволяет журналисту корректировать свою статью в соответствии с запросами, пожеланиями и мнением читателей. Это, в свою очередь, несет как положительные, так и отрицательные черты, требующие тщательного изучения и анализа.

4. Увеличения количества самоцитирования, копирования, перекрестных ссылок, использования информации из других СМИ, повторов и скорректированных фактов и общего информационного «шума».

Небывалая оперативность, стремление к режиму «реального времени», при котором журналистский текст публикуется практически сразу после написания, цейтнот при редактировании либо его полнейшее отсутствие, необходимость частого обновления статей в СМИ неизбежно ведут к трансформации (а подчас – и к деформации и примитивизации) журналистского текста, обуславливая частое использование журналистом отдельных частей ранее написанных им и даже коллегами статей, получивших высокие рейтинги и вызвавших интерес у аудитории того или иного СМИ. Более того, новые коммуникационные технологии привели к практически не встречающемуся в прошлом факту построения журналистского текста на основе публикации в другом СМИ. Кроме того, широкое развитие получила практика использования перекрестных ссылок на другие СМИ и дополненных повторов ранее опубликованных статей, что в конечном итоге ведет к парадоксальному феномену: подчас популярность того или иного СМИ или отдельного журналиста определяется не качеством журналистского текста, профессионализмом журналиста или его талантами, а способностью компилировать, микшировать, примитивизировать и оперативно «выдавать на гора» информационные материалы. Все это вкуче ведет к высокому уровню «информационного шума», безграмотности и примитивизации общества, падению профессионального уровня журналистов, «обеднению» журналистского текста и потере литературной ценности, художественности и самобытности журналистского текста как такового.

5. Расширение существующих и возникновение новых видов визуализации журналистского текста под влиянием новых коммуникационных технологий.

Современный обыватель, под воздействием новых информационно-коммуникационных технологий уже привык получать необходимые ему сведения не через слова и смыслы, как еще несколько десятилетий назад, а через яркие образы и простейшие знаки. По сути, данный феномен доказывает спиралевидное развитие истории, при котором наскальные рисунки сменились на многие века сначала устным, а затем и печатным словом. В 20 веке вербальный контент царил в печатных СМИ и

новом канале коммуникации – в радиоэфире, хотя начал сдавать свои позиции на телевидении. В настоящее время визуальный контент (иллюстрации, фотографии, инфографика, элементы дизайна) вновь, как и много веков назад, начинает доминировать, причем во всех видах СМИ.

Исследователь масс-медиа Г.Г. Почепцов заявляет о новом модном тренде, «визуальном синдроме», когда любая информация в обязательном порядке переводится в визуальную форму [1, С. 274].

Данный феномен и его доминирующее влияние на характер журналистского текста и вызванную им трансформацию в виде увеличения доли визуального компонента, смещения акцента журналистского текста с доминированием визуального составляющего, а то, и подчас практически полной подмены вербального контента визуальным, необходимо проанализировать подробнее.

С.С.Распопова объясняет трансформацию тем, что слова в журналистском тексте (под влиянием новых коммуникационных технологий) перестали быть основным инструментом журналиста и стали лишь «...средствами выражения преобразованных образов», дающих «...знание не об отдельных изолированных сторонах действительности», а представляющие «...целостную мысленную картину отдельного участка действительности» [2, С. 89].

По словам А.Градюшко, «сегодня меняются запросы потребителя новостей. На смену эпохи человека читающего приходит век визуализации информации, когда более востребованы новости, которые можно воспринимать, рассматривая. Возникают новые подходы в репрезентации фактов и цифр. Аудитория стремится получать информацию в визуальном формате» [3, 163].

Изменился и характер потребления информации аудиторией масс-медиа. «Современный читатель хочет не столько читать, сколько видеть информацию, визуализировать напечатанное: иметь возможность самостоятельно моделировать картину происходящего, опираясь на «живые» фотографии, оригинальные рисунки, доходчивую инфографику» [4, 165].

Необходимо отметить, что визуализацию информации в СМИ, разнообразную по форме и содержанию, можно условно подразделить на виды.

1. Традиционный (используемый традиционными и «цифровыми» СМИ)

1) иллюстрации (в том числе карикатуры и элементы графического дизайна), являющиеся наиболее древним способом визуализации журналистского текста, поясняющего, оформительского или дополняющего характера. С течением времени, трансформируясь, иллюстрация превратилась в элемент дизайна в художественно-публицистических материалах, в особенности сатирического характера (карикатура).

Под воздействием ИКТ, по словам С.Р. Сулеймановой, идет процесс дальнейшей трансформации, в связи с чем об иллюстрации можно говорить как о «...целом инструментальном оформительском комплексе, общий объем которого превалирует над объемом других комплексов и обладает большой степенью самостоятельности» [5, С.183].

2) фотографии (в том числе и фоторепортажи), ставшие неотъемлемым атрибутом журналистского текста, начиная с XIX века, и трансформировавшиеся в отдельное направление – фотожурналистику, со своими жанрами и особенностями, определяющими характер и степень взаимодействия визуальной и вербальной информации.

Новые коммуникационные технологии наложили свой отпечаток и на фотожурналистику: именно фотография в новых медиа, таких как социальные сети, Инстаграмм, блогинги – становятся ведущими средствами коммуникации. При этом обретая такие черты, как: «...скорость подачи материалов как следствие одного из важнейших требований пользователя – постоянного обновления информации» [6, С.272], многократное увеличение количества кадров с каждого мероприятия и появление фотогалерей, «одноразовость» снимков, их подчеркнутый непрофессионализм, из которого вырастают целые жанры - например, селфи - снятый на камеру смартфона или планшета с вытянутой руки автопортрет; наличие хэш-тегов и т. п.

Все это вкуче оказывает влияние на журналистский текст, начиная от дизайна современных газет и журналов и заканчивая его смысловым наполнением.

3) инфографика (графики, схемы, диаграммы и т. п.), являющаяся результатом симбиоза журналистского текста,

графического представления разнообразной социологической, статистической и аналитической информации и **дизайна**. По определению О.В. Швед, инфографика «представляет собой синтетическую форму организации информационного материала, это сообщение, включающее в себя, во-первых, визуальные элементы, а во-вторых, тексты, которые поясняют эти визуальные элементы. Таким образом, инфографика или информационный дизайн используется для быстрой и чёткой передачи вербальной информации с формированием связанных с ней визуальных образов» [7, С.18].

В соответствии с используемой технологией инфографику разделяют на 2 типа: статическую и динамическую.

По принципу визуализации контента:

а) количественная визуализация, использующаяся для организации представления количественных (числовых) данных (графики, диаграммы, гистограммы и номограммы, которые, в свою очередь подразделяются на подгруппы (точечные, линейные, круговые и т. п.);

б) качественная визуализация, для организации представления совокупности (например, иерархий) объектов и качественных данных (организационные диаграммы; диаграммы трендов; планы-графики, технологические диаграммы; рисунки и схемы, миниатюры – пиктограммы, иконки, указатели и др.).

Б.Н. Киршин, предлагая «содержательную модель качественной газеты эпохи Интернета», констатировал: «Содержательная модель современной газеты немислима без визуальной составляющей, могущество которой год от года растет. Инфографика, фотографии, рисунки, шрифты и даже «воздух» (свободное пространство газетного листа) порой говорит читателю больше некоторых текстов. При этом их язык легче, понятнее, лучше запоминается. С учетом глобализации и интернационального характера визуальной информации можно прогнозировать усиление этого процесса» [8, С. 17].

Таким образом, можно утверждать, что инфографика, ставшая на современном этапе развития СМИ универсальным средством визуализации информации, способствующим её облегченному восприятию и пониманию, позволяет журналистскому тексту избежать участи примитивизации, сохранить аналитичность,

новизну, способность доносить до потребителя «...незнакомые или малознакомые для него темы, где обсуждаются объекты, чувственно не воспринимаемые индивидом, образ которых у него не сформирован, и которые им деятельностно не освоены» [9, С. 221].

2. Инновационный (используемый исключительно «цифровыми» СМИ в интернете).

1) **Интернет-инфографика**, которую от инфографики печатных СМИ институционально отличает мультимедийность: графики, таблицы, диаграммы, тайм-линии и карты можно дополнить поясняющим текстом, фотографиями, медиа- и аудиофайлами.

2) **различные формы мультимедийного контента (видеоролики, клипы, инсталляции, флеш-анимация, слайд-шоу и т. п.)**, суть которых в интеграции визуального образа, аудио-сопровождения (интершум, музыка, голос) и вербального компонента медиатекста, с преимущественным доминированием аудиовизуального контента (видеоролики, клипы, флеш-анимация и т. п.).

3) **сложные синтетические жанры, объединяющие визуальную, вербальную и аудиальную информацию в единый конгломерат** (аудиослайд-шоу, интерактивная видеоколонка, мультискрипт, мультимедийное ток-шоу или конференция и т.д.), в которых различные типы контента трудно дифференцировать, поскольку они вступают в различные комбинаторные взаимодействия друг с другом, образуя причудливые гибриды.

Подводя итог вышеизложенному, можно однозначно утверждать, что новые коммуникационные технологии, а по сути, информационно-коммуникационная революция, влияя на все аспекты деятельности СМИ и существование самого медиа-пространства, оказало всестороннее, радикальное, как позитивное, так и негативное влияние на журналистский текст, его форму, содержание, трансформируя его структуру и восприятие у аудитории.

Литература

1. Ващук М.А. Спортивная фотография глазами интернет-пользователя / М.А. Ващук // Журналистика в 2014

году. СМИ как фактор общественного диалога: материалы Междунар. науч. конф. – М.: МедиаМир; Фак. журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2015. – С. 272–273.

2. Градюшко А. Перспективные стратегии веб-журналистики в глобальном информационном пространстве / А. Градюшко // Международная журналистика-2014: диалог культур и взаимодействие медиа разных стран: материалы Третьей Междунар. науч.-практ. конф. (20 февр. 2014 г., Минск) / под общ. ред. Т.Н. Дасаевой; сост. Б.Л. Залесский. – Минск: Издат. центр БГУ, 2014. – С. 77–88.

3. Киршин Б.Н. Покидая галактику Гутенберга / Б.Н. Киршин // Провинциальный мегаполис в современном информационном обществе: материалы Междунар. науч. конф. (Челябинск, 24–26 марта 2010 г.) / под общ. ред. д-ра филол. наук, проф. М.В. Загидуллиной; Челяб. гос. ун-т. – Челябинск: Энциклопедия, 2010. – 467 с.

4. Почепцов Г.Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000. – 698 с.

5. Распопова С.С. Автор мультимедийного текста / С.С. Распопова // Журналист. Социальные коммуникации. – 2012. – № 2. – С. 84–90.

6. Симакова С.И. Инфографика как средство визуализации экономической информации в СМИ / С.И. Симакова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Сер. Филология. – 2014. – Вып. 92. – С. 77–83.

7. Симакова С.И. Инфографика: визуализация цифрового контента / С.И. Симакова // Вестн. Волж. ун-та им. В. Н. Татищева. – 2012. – № 3. – С. 219–226.

8. Сулейманова С.Р. Тенденция визуализации информации в дизайне печатных 168 медиа Узбекистана / С.Р. Сулейманова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Сер. Филология. Искусствоведение. – 2013. – № 22 (313). – Вып. 81. – С. 183–188.

9. Швед О.В. Инфографика как средство визуальной коммуникации / О.В. Швед // Society for Cultural and Scientific Progress in Central and Eastern Europe [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://scaspee.com/6/post/2013/10/infographics-as-means-of-visual-communicationshved-o-v.html>

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕСС-СЛУЖБЫ НАЦИОНАЛЬНОГО ПАРЛАМЕНТА РТ КАК ОБЪЕКТ НАУЧНОЙ РЕФЛЕКСИИ

Салимзода Олим Салимович

кандидат филологических наук, доцент
Российско-Таджикский (славянский) университет
salimzoda56@mail.ru

На сегодняшний день можно с уверенностью говорить о стремительном вовлечении журналистики в политический процесс, при котором коммуникация выступает в роли ключевого механизма формирования общественного мнения. При этом сознательное участие граждан в общественной жизни, продуманный подход в выборе той или иной политической ориентации возможен лишь при условии получения достоверной и оперативной информации. Качество информационного продукта в свою очередь зависит от специфики диалоговой модели, лежащей в основе взаимодействия тех или иных ветвей власти с гражданским обществом. Следовательно, если СМИ призваны исполнять роль эффективного механизма взаимодействия общества и власти, то разумно предположить, что основу государственной информационной политики должно составлять формирование такой системы деятельности средств массовой информации, которая позволит обществу получать многообразную, достоверную информацию социально-политического плана и адекватно воспринимать ее. Поэтому характер взаимодействия представительной власти и населения в Таджикистане играет сегодня все более важную роль при проведении долговременных государственных преобразований.

В связи с этим вполне правомерно рассматривать средства массовой информации как источник и фактор формирования гражданского общества, особенно если учесть, что «свободная пресса, – как считает А. М. Воробьев, – является необходимым элементом, константным признаком гражданского общества, в котором пресса выступает средством информирования, общения, диалога власти и граждан страны» [4, 36]. Аналогичную точку зрения высказывает исследователь Е.П. Соколова, полагающая, что «подлинное информационное обеспечение демократии возможно

только в условиях свободы слова, общенациональной поддержки журналистики, которая должна быть прописана в документах, фиксирующих государственную политику в сфере СМИ» [12, 70].

Однако, с другой стороны, следует признать, что СМИ традиционно формируют общественное мнение с учетом интересов государственной власти, при этом, как полагает Ю. Вдовин, «главным содержательным компонентом деятельности большинства СМИ становятся так называемые «политтехнологии», по существу зомбирующие необходимый для легитимизации произвола власти электорат» [2, 15].

Стремительное развитие средств массовой коммуникации, процессы информатизации и демократизации таджикского общества, особенно за последнее десятилетие, существенным образом изменили уровень и качество взаимоотношений между государством и гражданами страны, а также между властью и СМИ. В настоящее время в системе государственного управления значительные ставки делаются на разработки методов информации и политического анализа, позволяющие учесть и согласовать интересы различных групп общества. Конструируются и находят свое применение основанные на достижениях в сфере информации модели повышения эффективности решений, принимаемых в органах государственной власти, включая Национальный парламент. Другими словами, природа власти все более становится коммуникативной, основанной на более тесном, интегрированном взаимодействии с масс-медиа, способных формировать и поддерживать «каналы обратной связи». При этом информация становится важнейшим видом обеспечения деятельности парламента, поскольку она лежит в основе принятия решения о регулировании тех или иных общественных отношений.

Если представительная власть «является одним из важнейших уровней организации публичной власти, обеспечивая в конечном счете устойчивость и демократический характер всей системы властных институтов» [11, 98], то парламентская журналистика выступает основным гарантом информационного обеспечения этого процесса, прежде всего, за счет максимально полного информирования граждан обо всех наиболее значимых процессах и явлениях, происходящих на политической арене, о позиции и

действиях представительной власти, ее усилиях, направленных на решение волнующих граждан вопросов и проблем.

В условиях структурных изменений информационного пространства процесс взаимодействия власти и СМИ постоянно требует выработки все новых форм диалога. Некоторым позитивным моментом в сложных и подчас противоречивых отношениях масс-медиа и парламентариев является деятельность Центра Информационной службы Маджлиси намояндагон Маджлиси Оли Республики Таджикистан. Рассматривая специфику и характер деятельности пресс-службы Национального парламента, можно утверждать, что данная структура пока не соответствует в полной мере статусу социального института, консолидирующего власть и общество, однако имеют место отдельные шаги в сторону развития гражданских отношений. Таким примером может служить создание необходимых организационно-технических условий: пресс-служба оснащена компьютерным оборудованием, подключена к Интернету и т.д., что «позволяет оперативно узнавать о новинках в системе законодательства различных стран мира, обобщать их и доводить до сведения руководства и депутатов Парламента» [13].

Однако, по нашему убеждению, Центр Информационной службы Маджлиси намояндагон Маджлиси Оли Республики Таджикистан не использует в полной мере весь потенциал творческих возможностей и организационных ресурсов для конструирования открытых отношений власти и общества в качестве равноценных участников гражданского диалога в реальном пространстве. Это выражается в аккредитации на официальные мероприятия лишь лояльных к власти журналистов, представляющих государственные печатные издания, сокрытии от независимой прессы острых тем, цензуре ежедневной подборки новостей для государственного чиновника и т.д. Разница между реальным положением дел и идеальной картиной, которую пресс-служба нередко создает в официальных пресс-релизах, лишь усиливает противоречия между властью и обществом.

Кроме того, обнаруживается еще один деструктивный момент – отсутствие четкого понимания сущности деятельности пресс-службы в теоретическом аспекте. Достаточно сказать, что в современной исследовательской литературе, изучающей различные

направления журналистского творчества, приводятся достаточно узкие определения, не отражающие, как мы полагаем, всю специфику пресс-службы парламента как особого субъекта информационной деятельности представительной власти. Более близким, имеющим непосредственное теоретическое значение для осмысления коммуникативной природы представительной власти является определение пресс-службы, данное В.Д. Поповым. В частности, исследователь утверждает, что это структура, призванная осуществлять организацию и реализацию взаимодействия государственных органов со средствами массовой коммуникации и с институтами гражданского общества. При этом Попов отмечает, что «одна из базовых задач подобной службы – осуществление долговременного и конструктивного взаимодействия со СМИ и журналистами» [8, 260].

Безусловно, следует согласиться с мнением данного исследователя относительно роли пресс-службы, а в целях внесения большей ясности в понимание коммуникативной природы представительной власти, необходимо возвести в дефиницию предположение, что пресс-служба современного парламента – это субъект коммуникационной и социальной деятельности, призванный конструировать оптимальные диалоговые модели взаимодействия парламентариев и гражданских структур при непосредственном участии масс-медиа. Данная точка зрения отмечена в методическом пособии Национального Съезда независимых СМИ Таджикистана «Власть и пресса – сотрудничество государственных органов со СМИ»: «Пресс-служба – связующее звено, которое осуществляет обмен информацией между обществом и организацией, которое имеет свою пресс-службу» [3, 26].

Впрочем, данное определение лишь теоретически обосновывает потенциально возможное гармоничное взаимодействие представительной власти и СМИ в Таджикистане. Как отмечает отечественный исследователь И.М. Джамолов, «в Таджикистане структуры связей с общественностью, в частности пресс-служба, которые особо отмечены в Концепции государственной информационной политики, развиваются сами по себе, но их разделение на подструктуры до конца не сформировано» [5, 278]. Достаточно сказать, что СМИ не

воспринимают пресс-службу как источник информации от первого лица. Парламентский журналист, получающий информацию от пресс-службы, воспринимает ее не только как посредника, но и как некий фильтр, что в конечном итоге обуславливает поиск того самого первого лица, которое даст полную информацию. Подобная практика повышает риск получения искаженной информации, так как каждый посредник, потенциально, «перед тем как повторить сообщение, может подвергнуть его тем или иным трансформациям» [9, 175].

Специфика данной проблемы заключается в том, что она порождает своеобразную цепь информационных проблем парламентской журналистики. Одним из звеньев этой цепи и является проблема вторичности источников информации, в роли которых выступают сотрудники пресс-службы.

Второй аспект заключается в необоснованно ограниченном круге используемых в парламентской журналистике источников информации. Парламентарии, безусловно, являются важнейшими информантами парламентских журналистов, они могут рассказать много интересного о деятельности представительного органа власти. Однако для понимания истинных мотивов разработки и принятия тех или иных законопроектов, оценки актуальности и эффективности внешнеполитической деятельности парламента или полноты выполнения предвыборных обещаний, необходимо апеллировать к внепарламентским источникам информации, каковыми обычно являются эксперты-политологи, социологи и представители общественности.

В то же время, исходя из личного опыта работы в Национальном парламенте, можно засвидетельствовать такое явление, когда журналист устанавливает хорошие отношения с кем-либо из депутатов с целью получения информации непосредственно от него. В этом случае остальные парламентарии думают, что у них уже не спросят, становятся пассивными по отношению к прессе, как бы выпадают из обсуждения проблем. Возникает проблема однобокого освещения деятельности Парламента в чьих-либо интересах. Поэтому о Центре Информационной службы Маджлиси намояндагон Маджлиси Оли Республики Таджикистан сегодня сложно говорить как о базовом инструменте в механизме регулирования коммуникационного

взаимодействия между властью и обществом, властью и СМИ, что вызвано, прежде всего, нежеланием власти воспринимать гражданское общество и масс-медиа в качестве полноправных партнеров, и крайней несамостоятельностью гражданского общества в Таджикистане.

Наличие протестных настроений, наблюдающееся в журналистском сообществе страны в последние годы, обусловлен, на наш взгляд, именно нежеланием власти строить с обществом диалог «на равных» и многолетней практикой применения методов манипуляции в отношении средств массовой информации. Отсюда их отношение к СМИ как к инструменту связей с общественностью и декларирование в качестве одной из главных задач, стоящей перед сотрудниками пресс-службы, – борьбу «за определение приоритетов в общественной «повестке дня» [16, 72].

Кроме того, исходя из личных наблюдений, следует заметить, что многие депутаты и лидеры парламентских фракций по-прежнему не понимают роли и значения СМИ в обществе или просто не умеют с ними работать. Материалы в электронных СМИ или критические публикации в печатной прессе рассматриваются ими не как попытка журналистов указать на существующие недостатки, а как очередная попытка скомпрометировать власть в глазах общественности. Отсюда – нежелание предоставлять журналистам информацию, попытки оказать давление на неподконтрольные государству независимые СМИ. Учитывая специфику данной проблемы, депутат Шодди Шабдолов, возглавляющий Компартию Таджикистана, считает, что парламенту необходимо наладить более тесное сотрудничество со СМИ. «Народ недоволен нашей деятельностью, потому что почти ничего не знает о ней. Почему мы должны находиться под стрелами критики? Депутатам надо дать время на радио и телевидении, чтобы они могли выступать и разъяснять вою позицию по тому или иному вопросу», – уверен парламентарий [7].

Его точку зрения разделяет депутат Джабор Ахмедов, отмечающий, что СМИ Таджикистана неоднократно писали о том, что широкие круги общественности не имеют представления о деятельности палаты. Недовольство журналистов и многих жителей вызывается тем, что население не осведомлено о том, какие законы разрабатываются и принимаются депутатами парламента [6].

Примечательно, что в исследовательской литературе вопрос, касающийся источников информации, используемых в парламентской журналистике, неоднократно поднимался, но дальше констатации очевидного в этих работах дело не шло, причем в качестве основных источников всегда назывались депутаты и парламентские документы. Такого мнения, в частности, придерживаются И.Н. Федоров [15], Л.И. Московкин и Н.В. Вакурова [10].

Третий аспект проблемы обусловлен неумением или нежеланием парламентских журналистов учитывать специфику парламента как политического института. Национальный парламент – часть сложной политической системы, орган представительной и законодательной власти, деятельность которого неизбежно затрагивает как отдельные социальные группы, так и все население страны, что потенциально может способствовать формированию негативного отношения к депутатам и парламенту. Любой парламентарий в первую очередь политик, заинтересованный в общественной поддержке. Отсюда соблазн использовать журналистов и СМИ в качестве информационного ресурса политической борьбы за власть (статус), а также инструмента формирования благоприятного общественного мнения о парламенте, парламентариях и их деятельности. В то же время для любого журналиста, освещающего деятельность парламента, главным является возможность «поймать в коридоре» кого-либо из депутатов, чтобы взять интервью.

При этом никого не интересуют намерения, которыми руководствуются депутаты, выступающие в роли интервьюируемых. Журналисты игнорируют мотивы, побуждения и целевые установки своих парламентских информантов, а также особенности обстановки при которой происходит их информационное взаимодействие. Между тем все это весьма важные моменты, способные серьезно влиять если не на объективность предоставляемой журналистам информации, то на ее полноту. Поэтому получить полную и достоверную информацию и предоставить ее читателям зачастую становится практически невозможно.

Четвертый аспект проблемы заключается в низких профессиональных качествах журналиста, неумении

придерживаться этических норм, вследствие чего парламентский корреспондент утрачивает «способность объективно оценивать ситуацию, как бы внутренне переходя на позиции тех, кого он изучает» [17, 203].

Подобного рода проблема не может не привлечь к себе внимание представителей медиа-организаций и органов государственной власти, которые, осознавая ее актуальность, заинтересованы в ее разрешении. Так, 28 июня 2010 г. в Душанбе на специальном семинаре, организованном региональным директором IWPR по Центральной Азии Абаханом Султонназаровым, были обсуждены вопросы взаимодействия пресс-служб государственных органов с представителями средств массовой информации. По словам председателя правления Совета по СМИ Иброхима Усмонова, механизм взаимодействия власти и СМИ не налажен должным образом, в связи с чем «сегодня многие стремятся использовать журналистику как оружие, как сами СМИ, так и органы власти, партии и отдельные лица и в таком случае утверждать, что СМИ – четвертая власть, очень рано» [14]. Говоря о деятельности пресс-секретарей, И. Усмонов отметил, что в настоящее время не определены обязанности пресс-служб, и добавил: «Сегодня наблюдается ситуация, когда в своей деятельности пресс-секретари выступают преградой для журналистов в доступе к информации» [14].

Следует признать, что действия власти мотивированы желанием получить в свое распоряжение действующую модель институтов гражданского общества. В свою очередь последние надеются быть услышанными властью, поэтому стремятся каким-то образом влиять на политическую жизнь страны, инициировать принятие каких-либо законопроектов.

В то же время гражданин живет, прежде всего, частной жизнью, то есть, имеет в душе, сознании, поведении и общении места, доступность которых для прочих людей он регулирует по собственному желанию. Вступая добровольно или вынужденно в отношения с другими людьми в качестве самостоятельного социума, человек и образует гражданское общество. При этом нельзя забывать, что «гражданское общество – это совокупность разнообразных независимых общественных организаций, защищающих интересы каждого гражданина с его частной

жизнью» [1, 35]. Сегодня оно представляет собой важный ресурс развития Таджикистана как демократического и светского государства.

В заключение хотелось бы отметить, что для парламентско-демократического сообщества крайне необходимо, чтобы представители партий и политических движений имели реальную возможность довести до сведения общественности свои взгляды, политические цели и требования. Интервью, заявления, пресс-релизы, дискуссии, а также парламентская печать – классические формы выражения и формулирования политических интересов. В связи с этим журналисты и пресса, в целом, становятся проводниками открытой информационной деятельности, посредниками в диалоге между властью и обществом. При условии, конечно, что СМИ действуют в режиме свободы. В противном случае это может привести «к дальнейшему снижению уровня доверия к СМИ, который переносится на уровень доверия к власти, то есть ведет к коммуникативному разрыву между властью и народом» [15, 15].

Литература

1. Бакунина Н.Н. Пресс – служба в законодательных органах власти субъектов Российской Федерации. – Тюмень.: Вектор Бук, 2008. – 204 с.
2. Вдовин Ю. Совместимы ли государственные СМИ с демократией? // Взгляд. Ежеквартальный аналитический бюллетень Фонда защиты гласности. – 2004. – № 3 (4). – С. 11-17.
3. Власть и пресса: взаимодействие пресс-служб государственных органов со СМИ / Под общ. ред. Н. Каршибаева. – Душанбе: НАНСМИТ, ООО «Сармад-компания», 2013. – 100 с.
4. Воробьев А.М. Средство массовой информации как фактор гражданского общества: процесс, тенденции, противоречия. – Екатеринбург. Изд-во УрЮИ МВД РФ, 1998. – 184 с.
5. Джамолов И.М. Пресс-служба в период развития государственной власти суверенного Таджикистана // Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики. Серия гуманитарных наук. – 2014. – Вып. 5 (61). – С. 271-282.

6. Из личной беседы с депутатом Маджлиси намояндагон МО РТ Джабором Ахмедовым. – 2014. – 12 сен.
7. Из личной беседы с лидером Коммунистической партии Таджикистана Шодди Шабдоловым. – 2014. – 18 сен.
8. Информационная политика: учебник / под ред. В.Д. Попова. – М.: Изд-во РАГС, 2003. – 459 с.
9. Моль А. Социодинамика культуры: пер. с французского / Предисл. Б.В. Бирюкова. Изд. 3-е. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008. – 416 с.
10. Московкин Л. Парламентские журналисты – это не люди, а медиаканалы / Л.Московкин, Н. Вакурова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://old.russ.ru/politics/articles/99-05-28/moskov.htm>
11. Селиванова Е. А. Информированность населения о деятельности органов государственной власти // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2008. – Вып. 3. – С. 98-105.
12. Соколова Е.П. Пресса и парламентаризм в политическом процессе: Дис. ... канд. полит.наук. – Екатеринбург, 2005. – 156 с.
13. Султонов М.И. Информационно-аналитическое обеспечение деятельности законодательных органов государственной власти Республики Таджикистан // Аналитический Вестник Федерального Собрания Российской Федерации. 2004 г. Выпуск 20. Часть 2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://iam.duma.gov.ru/node/8/4394/14113>
14. Усмонов И. Пресс-секретари выступают преградой для журналистов в доступе к информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://medialaw.asia/node/6039>
15. Федоров И. Н. Парламентская журналистика как фактор формирования открытости представительной власти в России // Автореф. дисс. ... канд. политич. наук. – М., 2009. – 27 с.
16. Четвертков Н. В. Современная пресс-служба: Учебное пособие. – М., 2010. – 191 с.
17. Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М., 2008. – 596 с.

ГЕНЕЗИС ЯЗЫКА СМИ КАК СРЕДСТВО ОТРАЖЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ В ОБЩЕСТВЕ

Ашурова Дилобар Азимовна

кандидат филологических наук

старший преподаватель кафедры печатных СМИ и PR

Российско-Таджикский (славянский) университет

ashurova_dilobar@mail.ru

Язык восприимчив к общественным явлениям и процессам. Постоянно совершающийся общественный процесс, переход от одной общественной формации к другой непосредственно и опосредованно воздействует на язык и в итоге вызывает в нем изменение. Изменение языка есть постепенное преобразование старого состояния, приспособление его к постоянно меняющимся и усложняющимся условиям жизни общества. Поэтому, сравнивая языки разных общественных формаций, мы находим в них как новое, так и старое, а точнее: находим элементы, которые переходят от одного состояния общества в другое, видоизменяя в известной степени свои функции, и элементы, которые возникают и существуют только в определенном состоянии общества. На этом основании в языке выделяются внутренняя и внешняя структуры.

Язык – явление общественное и представляет собой необходимое условие существования и развития человеческого общества. Являясь элементом духовной культуры, язык, как и все другие общественные явления, немислим в отрыве от материальности.

Идея связи сознания с языком глубоко разработана Гегелем [2, 248]. Согласно его трактовке, сознание представляет собой особую форму выделения субъекта из природной среды через установление отношения к ней посредством слова. Продолжением и развитием этой идеи можно считать свойственное отечественной психологической школе Л.С. Выготского понимание сознания (в его внешнем выражении) как сознания, т.е. совокупного социального и культурно-исторического опыта определенного исторически сложившегося общества людей [1, 34]. В этом плане конкретный язык является автономной самоориентирующейся и самоорганизующейся социальной системой, обладающей

собственной динамикой развития. Благодаря общему социально-историческому прошлому все члены данной социальной системы наследуют общую модель действительности и соответственно – общие когнитивные, эмотивные и нормативные принципы ее восприятия.

Общественное явление – принято делить на базис и надстройку, т.е. экономический строй общества на данном этапе его развития и политические, правовые, религиозные, этические и эстетические взгляды общества и соответствующие им учреждения. Каждый базис имеет свою надстройку. Мы не обращались бы к общим понятиям политологии, если бы не необходимость определить специфику отличия понятия «язык СМИ» от понятия «язык», и не тот факт, что проблема «язык СМИ» пока не исследована обстоятельно и полностью, не говоря уже о генезисе языка СМИ. Мы не встречали в литературе отождествления языка с базисом (к примеру «язык феодального строя», «язык капитализма», «язык постсоветского общества» и тому подобное, языки просто не существуют как таковые), но включение языка в надстройку достаточно типично как для русского, так и зарубежного языкознания.

СМИ всегда есть порождение и принадлежность базиса (т.е. экономического строя), язык же СМИ закреплен в надстройке (т.е. в системе правовых, социально-экономических, религиозных, этических взглядов общества), это априори. Язык к надстройке не принадлежит, прежде всего потому, что он никогда не бывает порождением данного базиса посредством общения человеческого коллектива, складывающимся и сохраняющимся в течение веков, хотя бы в это время и происходили смены базисов и соответствующих им надстроек. Надстройка в классовом обществе является принадлежностью того или иного класса, язык же нельзя считать «собственностью» лишь господствующего класса, он принадлежит всему населению и обслуживает все классы и социальные прослойки, иначе общество просто не могло бы существовать. Вряд ли «язык СМИ» будет востребован в повседневной жизни всеми слоями общества любой экономической формации, скорее, наоборот, он останется специфичным, узкопрофессиональным.

Таким образом, главное отличие языка СМИ от языка как такового и специфика языка СМИ будет заключаться в том, что, являясь порождением и принадлежностью базиса, пресса утверждает, доносит до читателей те представления и воззрения, которые общество, та или иная формация разделяет относительно природы человека, природы общества и государства, отношения человека к государству и природы знания и истины. Применительно к средствам массовой информации нам кажется достаточно убедительным исследование американских теоретиков и историков печати Фреда С. Сиберта, Теодора Питерсона и Уилбура Шрамма «Четыре теории прессы», в котором они выдвигают четыре концепции ответственности прессы, соответствующие тем социальным и политическим структурам, в рамках которых функционирует пресса. Но наше исследование лежит несколько в иной области, области языка СМИ и его генезиса. Впрочем, сама принадлежность прессы к базису, а языка – к надстройке предполагает ее видоизменение и развитие. Еще один важный тезис в характеристике языка состоит в том, что «в каждый данный момент речевая деятельность предполагает установившуюся действительность, систему и эволюцию; в любую минуту язык есть и живая деятельность, и продукт прошлого» [7, 34].

Рассмотрим само понятие «язык СМИ». Синоним его, газетная речь, в свою очередь продолжается терминами синонимического гнезда: газетный стиль, газетно-публицистический стиль, публицистический стиль, и уже одно это говорит о неопределенности границ и сущности данной подсистемы литературного языка.

Вопрос о стилистическом значении языковой единицы сложен и до сих пор в науке не имеет однозначного решения. Общепринятого понятия «стиль» нет, и далеко не все лингвисты считают необходимым это явление языка признавать. Проблеме стилистического значения слова посвящены работы Е.М. Галкиной-Федорук, В.А. Звегинцева, Д.Н. Шмелева, И.Г. Гальперина, М.П. Кульгава, Г.А. Лесскис и др. Так, А.И. Ефимов под стилем предлагает понимать «исторически сложившуюся разновидность языка, отличающуюся специфическим составом, характером объединения и закономерностями употребления

языковых средств» [3, 4]. Автор придает большое значение стилям общественно-публицистическим, куда он относит газетно-журнальные стили, стили литературно-критических работ, стили очерков, обличительных статей и тому подобное. Начиная с середины XIX века, общественно-публицистические стили оказывают, считает А.И. Ефимов, большое организующее влияние на развитие средств и норм литературного выражения.

Стиль – категория не только структурно-синтаксическая, но и лексико-семантическая. Далекое не все слова носят на себе клеймо стиля и подчиняются принятым в словарях стилистическим пометам: устаревшие, книжные, специальные и другие. Стилистическая дифференциация слов сопровождается дифференциацией их значений. Поэтому для каждого стиля характерны не столько сами лексические единицы, сколько определенные типы значений слов. Традиция употребления, прикрепленность к определенной речевой сфере приводят к появлению у этих слов функционально-стилистической окраски. Следует иметь в виду, что и общеупотребительные слова в определенном контексте приобретают специфические смысловые оттенки. Например, слово «дух» имеет основное и общепринятое значение – внутреннее состояние, моральная сила, побуждающая человека к действию («поднять дух войска») [5, 455]. Но это слово, привлекаемое в стили публицистики, приобретает иное значение, типичное для общественно-политической литературы, например, «дух статьи» (т.е. ее идейное содержание).

Газетный стиль как вид массовой коммуникации – весьма сложное явление из-за неоднородности его задач и условий общения и в целом особенностей экстралингвистической основы. Хорошо известно, что любой текст, принадлежащий к тому или иному историческому периоду, воспринимается людьми разных поколений по-разному. Это связано не только с тем, что со временем утрачивается некоторая часть контекста, та среда, в которой «живет» речевое сообщение, но также с тем, что изменяется наше национальное самосознание и речевое поведение.

Первый период в истории языка газеты XX в. (с 1917 г. до конца 1920-х гг.) можно определить как период формирования нового качества, нового облика языка газеты, поиска новых средств выражения, соответствующих задачам времени, выработки

новых форм речи. Революция расшатала прежние государственные, общественные, идеологические устои и поставила в повестку дня вопрос о том, каким должен быть в новых условиях язык газет.

В этот период формируются явления, связанные с глубинными процессами, происходящими в недрах газетного языка и оказавшими значительное влияние на дальнейшее его развитие и конструирование языка газеты как особого литературного образования. Речь идет о роли оценочности в языке газеты, об оценочном размежевании лексики, вызванном идеологическими причинами. Экспансия сокращений, военных терминов, актуализация архаизмов и др. объясняются именно оценочным потенциалом этих лексических пластов. Революционную фразеологию характеризуют императивность, призывность (прочел, услышал – действуй!), открытая, подчеркнутая агитационность, лозунговость.

Обобщенный автор данного периода – это, прежде всего, человек революционного, классового сознания, подходящий ко всем явлениям жизни, быта, войны, революции с узкоклассовых, партийных позиций. Отношение к действительности укладывается для него в чеканные, резкие лозунги- формулы, не знающие полутонов и переходов (или - или).

Народ рассматривается как безликая масса (очень характерно преобладающее употребление именно слова «масса», а не народ), пассивный объект воспитания, воздействия, «вбивания в головы» узловых лозунгов. Из двух главных граней категории автора (человек социальный – человек частный) полностью преобладает человек социальный – революционный, радикальный, воинствующий, непримиримый и беспощадный. Таков идеальный, обобщенный тип автора данного периода.

Второй период (1930-е – начало 1980-х гг.) – период формирования языковых и речевых норм газеты, консервации некоторых черт языка, ведущей к его шаблонизации. Это время формирования языка советского периода, получившего название тоталитарный язык. (В рамках этого периода, в целом однородного в языковом отношении, особо следует выделить годы Великой Отечественной войны (1941-1945), когда в языке резко усилилась эмоциональная, риторическая струя, широкое распространение получили агитационно-пафосные средства, значительно возросла

публицистичность, личностность речи. Этот период требует специальной характеристики.)

Общее направление развития языка советского периода и, в частности, языка газеты, его самая отличительная черта – сильнейшая идеологизация, политизация этого языка. Язык не только выражает и оформляет идеологические, политические термины, положения, но и оказывает значительное влияние на процессы социализации личности, конструирования ментальности, манипулирования общественным сознанием.

Влияние идеологии, политики на формирование тоталитарного языка получает разнообразное и глубокое воплощение во множестве языковых процессов. В семантике это, прежде всего, расширение, опустошение значения слова и закрепление в нем новых узкоклассовых идеологических компонентов. Неустойчивое, размытое, широкое значение слова оказывается благодатным материалом для «лепки» новых политических смыслов. И естественно, что этот процесс захватывает, прежде всего, идеологические, концептуальные слова, призванные по определению служить выразителями определенной идеологии.

Особенность тоталитарного языка заключается в резкой, открытой политизации концептуальных слов и отчетливом размежевании их по политическому признаку: «наше - не наше». Например, с одной стороны, наиболее распространенные, по данным Частотного словаря языка газеты, позитивно окрашенные слова: *труд, мир, социализм, коммунизм, партия, марксизм, ленинизм, социалистическое соревнование* – и, с другой стороны, слова, выражающие идеологически враждебные понятия: *империализм, империалистический, капитализм* и др.

В целом период характеризуется закреплением языковых и речевых норм, которые приобретают незыблемый, догматический характер, охватывают практически все сферы языковой жизни и поведения. В языке газеты это ведет к шаблонизации языка и речи, господству книжной речи в ущерб разговорной, к преобладанию официоза.

Соответственно формировался и тип автора, концентрирующий в себе идеологические и политические устремления эпохи и определяющий основные черты языка газеты.

В категории автора резко выделяется лишь одна грань, явно гипертрофированная, – человек социальный, выражающий интересы партии, максимально идеологизированный и политизированный, мыслящий общественными категориями. Индивидуальный подход к действительности, к речи, как правило, отсутствует. Коллективное МЫ полностью поглотило авторское Я, что призвано было демонстрировать политическое единомыслие, и отражалось в коллективных, обезличенных формах речи.

Следующий период (1985-1991 гг.), получивший название перестройки, знаменует резкое обновление языка газеты. После долгого господства однообразия, шаблона, унифицированности и официозности в газетах поражает прежде всего пестрота: языковая, стилевая, содержательная и идеологическая. Отмена цензуры, идеологических табу, строгих стилевых установок привели к раскрепощению традиционно-нормированного газетного языка. И многие процессы, происходящие в этот период в обществе и отражаемые языком прессы, можно объяснить как реакцию на газетный язык недавнего прошлого, как отрицание его, отталкивание от него.

Для разряда концептуальной лексики, своеобразного политического словаря газеты, характерны такие слова, как *перестройка, гласность, застой, прорыв, новое политическое мышление, глубокие перемены, обновление общества, механизм торможения* и др.

Общее направление изменений можно определить как демократизацию языка СМИ. Язык перестройки – это новый стиль выражения, характеризующийся свободой мышления и выбора языковых средств, отказом от стереотипов. Резко расширяется газетный лексикон. В него вливаются разговорная речь, язык улицы, жаргоны. И, естественно, меняется тип автора. Публицист периода перестройки – это свободно (нередко радикально) мыслящий человек, выступающий от собственного имени, защищающий идеалы прогресса, демократии (разумеется, речь идет о качественных газетах), реализующий себя в свободной, нередко эмоциональной речи, лишенной по возможности штампов, особенно штампов предшествующего периода.

Журналист стремится использовать не обычное слово, не свою писательскую находку, а наоборот, вошедшее в моду слово,

которое своей модностью доставляет читателю удовольствие узнавания. Но для этого слово должно войти в моду недавно и еще не успеть превратиться в затертый штамп, а это происходит быстро. Именно поэтому и мода столь изменчива.

Литература

1. Выготский Л.С. Мышление и речь: Собр. соч. в 6-и тт. / Л.С. Выготский / Гл. ред. А.В. Запорожец; [вступит, ст. А.Н. Леонтьева]. – М.: Педагогика, 1982. – Т. 2: Проблемы общей психологии / Под. ред. В.В. Давыдова. – 504 с.
2. Гегель Г.В.Ф. Соч. / Г.В.Ф. Гегель / Ин-т. философии. Ком. Академии при ЦИК СССР. – М.-Л.: Соцэкгиз, 1937. – 462 с.
3. Ефимов, А.И. Стилистика художественной речи / А.И. Ефимова. – М., 1961. – 519 с.
4. Рабочая книга редактора районной газеты. Опыт. Методики. Рекомендации / Под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Мысль, 1988. – 575 с.
5. Словарь русского языка в 4-х тт. / Под ред. А.П. Евгеньевой. – М.: Русский язык, 1984.
6. Солганик Г.Я. Газетные тексты как отражение языковых процессов в современном обществе / Г.Я. Солганик. – М., 1996. – С. 154.
7. Соссюр Ф. де. Труды по языкознанию / Ф. де Соссюр. – М., 1977. – 288 с.

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА НА СТЫКЕ ПОЛИТИКИ, ЭКОНОМИКИ И ОБЩЕСТВА

Саибназарова Шаходат Мамадировна
кандидат филологических наук
преподаватель кафедры истории и теории
журналистики и электронных СМИ
Российско-Таджикский (славянский) университет
shsaibnazarova@gmail.com

Одна из главных проблем XXI века – сохранение среды обитания. Экологические катастрофы и кризисы, нарушение равновесия окружающей среды вследствие производственной деятельности, – это темы, к которым стали чаще обращаться средства массовой информации. Большое значение приобретают вопросы, направленные на изучение последствий негативного влияния человека на среду обитания. Журналисты изучают подобные проблемы и пытаются выявить их причины, кроме того стараются мобилизовать общество в попытке предотвратить дальнейшее ухудшение экологической обстановки в своем городе, области или стране.

Огромный интерес к проблемам окружающей среды, стремление сформировать экологическое сознание, а также продемонстрировать роль всего общества в решении глобальных экологических проблем обуславливает необходимость существования особого вида журналистики.

Экологическая журналистика как специализация оформилась сравнительно недавно, в 80-е гг. XX века, хотя отдельные материалы, а также специализированные издания и программы, посвященные вопросам охраны окружающей среды, были и в советской журналистике. По нашему мнению, не совсем правильно определять экологическую журналистику как тематический раздел журналистики. С этой точки зрения, экологической можно считать любую журналистику, ведь окружающая среда – сложная система, где люди, живая и неживая природа включены в сложные взаимоотношения.

В результате глубокого анализа какой-либо экономической, социальной или другой проблемы почти неизбежным является

выход на экологическую проблематику. И наоборот, обращение к какой-либо проблеме экологии как к области знаний, к какому-либо событию, связанному с воздействием на окружающую среду, неизменно повлечет за собой обращение к другим аспектам этого воздействия: экономическим, политическим, социальным, медицинским, этическим.

Экология и политика представляет собой социальный и политический анализ экологических проблем, а также их международный аспект. Здесь и вопросы совершенствования природоохранного законодательства, и проблемы международного сотрудничества в сфере экологии.

Экономическое направление – освещает и анализирует экологические проблемы через призму взаимодействия и взаимовыгодного сотрудничества экологии и экономики. Сюда относятся публикации, пропагандирующие положительный опыт по рациональному использованию окружающей среды, ратующие за экологическое обоснование экономических проектов, любой хозяйственной деятельности.

Познавательное направление – ставит перед собой задачу экологического ликбеза. Разумно и грамотно взаимодействовать с природой может лишь тот, кто обладает необходимым запасом знаний о законах функционирования общества и среды его обитания. Знание рождает отношение, а отношение формирует линию поведения.

Если пытаться определить понятие экологическая журналистика более узко, можно сказать, что она «подразумевает непрерывное, широкое освещение экологических вопросов как глобального, так и локального значения, причем предметом такой журналистики могут быть не только проблемы, но и положительные примеры в области использования и охраны окружающей природной среды» [3, 6].

Что такое экология как область знаний? В целом, современная общая экология – научное направление, рассматривающее совокупность природных и отчасти социальных явлений и предметов с точки зрения состояния и развития экосистем, т.е. взаимосвязанных совокупностей организмов разных биологических видов, а также ее взаимодействия с окружающей средой. В переводе с греческого «ойкос» – дом, «логос» – наука, знание.

Таким образом, экология – наука о доме, о взаимоотношениях между живыми организмами и окружающей их средой.

Экологическая тема в СМИ – важная и сложная. Состояние здоровья, благополучие человека напрямую связано с состоянием окружающей среды. Поэтому информация о состоянии окружающей среды воспринимается населением обостренно, как затрагивающая один из основных наших инстинктов – инстинкт выживания.

Экологические проблемы мы условно разделили на три группы:

Глобальные – Изменение климата, предотвращение озоновой дыры, загрязнение океанов, нехватка пресной воды;

Региональные – Проблемы деградации горной экосистемы, проблемы трансграничных рек;

Локальные – проблемы защиты и правильного использования земельных ресурсов, реализации государственных программ по обеспечению пресной воды, проблемы накопления бытовых отходов и переработки этих отходов.

Современная деятельность человечества – производство и потребление – оказывает отрицательное воздействие на окружающую среду. И если человеку иной раз сложно проследить взаимосвязь между отдельными событиями, например, выхлопами автомобилей и парниковым эффектом, а следовательно, изменением климата, то возникновение производственного предприятия рядом с домом он воспринимает как потенциальный источник загрязнения и угрозу собственному здоровью. Действительно, многие конфликты порождаются именно экологическими аспектами деятельности различных организаций.

Поскольку именно средства массовой информации являются сегодня основным источником экологической информации для большинства граждан, именно от журналиста зависит, узнают ли люди о существующей проблеме, как они к ней отнесутся, вызовет ли эта проблема панику в обществе или, напротив, решительные действия по защите своих прав на благоприятную окружающую среду. Можно утверждать также, что экологическая журналистика – один из инструментов в решении экологических проблем. И это накладывает определенную ответственность на журналиста,

освещающего темы экологии. Особенно важно, чтобы журналист сам разобрался в существе проблемы, о которой он рассказывает.

Неаккуратность в обращении с фактами, излишнее стремление к сенсационности в подаче материала могут не только запутать читателя, вызвать панику, но и дадут повод чиновникам, ответственным за решение экологических проблем, лишний раз подчеркнуть безграмотность журналистов и общественности и игнорировать мнение граждан при принятии экологически значимых решений.

С другой стороны, «грамотное и корректное освещение существующих проблем может повлиять на их положительное решение. Ведь зачастую именно публикации в газетах являются руководством к действию граждан. Любые решения как чиновники разных уровней, так и обыватели, принимают на основе имеющейся у них информации» [5, 17].

Что такое информация, каждый журналист знает не понаслышке. Это и сырье для работы журналиста, и результат его работы. Информация – это

а. Сведения об окружающем мире и протекающих в нём процессах, воспринимаемые человеком или специальным устройством.

б. Сообщения, осведомляющие о положении дел, о состоянии чего-либо [1, 5].

Что касается экологической журналистики, то здесь журналист имеет дело с информацией особого рода – экологической информацией. Понятие экологическая информация прочно вошло в нашу речь, в лексикон журналистов и различных организаций, работающих в весьма широкой области экологии. При этом, очевидно, что говоря об экологической информации, разные люди имеют в виду совершенно разные вещи, и многие проблемы и даже конфликты возникают именно из-за различного толкования этого понятия. Экологической информацией можно назвать и доклад Правительства о состоянии окружающей среды, и заметку в газете, к примеру, о вырубке деревьев, и выступление эксперта на научной конференции.

Конвенция о доступе к информации, участии общественности в процессе принятия решений и доступе к правосудию по вопросам,

касающимся окружающей среды определяет это понятие следующим образом [4, 27]:

Экологическая информация означает любую информацию в письменной, аудиовизуальной, электронной или любой иной материальной форме о:

- ✓ состоянии элементов окружающей среды, таких, как воздух и атмосфера, вода, почва, земля, ландшафт и природные объекты, биологическое разнообразие и его компоненты, включая генетически измененные организмы, и взаимодействие между этими элементами;

- ✓ факторах, таких, как вещества, энергия, шум и излучение, а также деятельность или меры, включая административные меры, соглашения в области окружающей среды, политику, законодательство, планы и программы, оказывающие или способные оказать воздействие на элементы окружающей среды;

- ✓ состоянии здоровья и безопасности людей, условиях жизни людей, состоянии объектов культуры, зданий и сооружений в той степени, в какой на них воздействует или может воздействовать состояние элементов окружающей среды.

Экологическая информация не сводится только к информации о состоянии окружающей среды, будь то концентрация в воздухе загрязняющих веществ или численность популяции животных. Анализировать или пытаться решить экологические проблемы бессмысленно, не затрагивая их причин. Причины эти, как правило, – те или иные факторы воздействия на окружающую среду. Кроме того, важны и следствия таких проблем, к которым относится не только изменение состояния элементов окружающей среды, но и воздействие на здоровье населения, социально-культурную среду. Именно такие следствия нередко определяют значимость, актуальность экологических проблем. Книги, статьи, радио- и телерепортажи, диски, видео, базы данных, сайты в Интернет могут быть формами представления экологической информации.

Таким образом, мы пришли к выводу, что современное общество испытывает острую потребность в качественной экологической информации, в помощи в адаптации к многочисленным экологическим рискам. Сегодня как никогда

важно обозначить роль СМИ в освещении и интерпретации экологических проблем, определить степень их включенности в процесс формирования и реализации экологической политики, а также выявить характеристики, проблемы и перспективы развития таджикской экологической журналистики.

Литература

1. Гусева Т.В. Экологическая информация и принципы работы с ней / Т.В. Гусева, С.Ю. Дайман, М.В. Хотулева, В.Н. Виниченко, Е.В. Веницианов, Я.П. Мочанова, Е.А. Заика. – Самара. 1998.
2. Основы экологических знаний для журналистов. Учебное пособие. – М. 1998.
3. Кочинева А. Экологическая журналистика / А. Кочинева, О. Берлова, В. Колесникова. – М.: ЦКИ СОЭС, 1999.
4. Коханова Л.А. Экологическая журналистика, PR и реклама / Л.А. Коханова, Я.Н. Засурский. – М.: Издательство: Юнити-Дана. 2007.
5. Сизова Л.В. Советы начинающим журналистам. Краткое пособие для молодых журналистов-экологов / Л.В. Сизова, Н.Г. Давыдова. – М. 2008.

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (ИКТ) И ПАРАДИГМЫ НОВОЙ МЕДИАРЕАЛЬНОСТИ

Петрушков Михаил Георгиевич

аспирант кафедры истории и теории журналистики и
электронных СМИ

Российско-Таджикский (славянский) университет

m.g.petrushkov@yandex.com

Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) - процессы и методы взаимодействия с информацией, которые осуществляются с применением электронных устройств и средств телекоммуникации, с каждым годом оказывают все большее влияние на все стороны жизнедеятельности, а в некоторых областях профессиональной деятельности человека, таких как журналистика, уже играют доминирующую, системообразующую роль.

Важнейшая особенность природы СМИ – зависимость от технологического прогресса в информационно-коммуникационной сфере. Последние десятилетия подтверждают, что традиционно восприимчивые к технологическому прогрессу и политическим изменениям медиасистемы сегодня отличаются особым динамизмом. В истории средств коммуникации и массовой информации скорость, с которой Интернет завоевал массовую аудиторию, беспрецедентна.

Как установили ученые в ходе ряда экспериментов, мозг человека лучше воспринимает информацию, если она подается в развлекательной форме. Именно с этим эксперты и связывают активное использование медиасредств и других видов информационно-коммуникационных технологий, цель которых поиск, преобразование, обработка и оперативная подача информации, – в журналистике.

Синергетическое воздействие информационно-коммуникационных технологий на все виды СМИ еще не оценено в полном объеме, однако, уже сегодня можно констатировать, что ИКТ – это, прежде всего, технологическая, организационная и контентная революционная трансформация медиасистем. Такие

явления, как появление социальных сетей и гражданской журналистики или превращения кабельных сетей в самостоятельный сектор, наглядно демонстрирует влияние ИКТ и на медиа индустрию в целом, и на отдельные ее сектора.

Институциональные изменения, происходящие в средствах массовой информации под воздействием ИКТ, основываются на нескольких близких по своей природе технологических процессах.

Первый процесс – так называемая «оцифровка» контента (дигитализация), суть которой заключается в переводе содержания всех СМИ во всех его формах: текстовой, графической, звуковой – в цифровой формат, что в свою очередь, позволяет, используя электронные каналы коммуникации, «доставить» контент в любую точку Планеты и даже при необходимости, за ее пределы. Таким образом, достигается невиданная ранее оперативность в поиске, обработке и подаче информации и ликвидируются все ранее существовавшие барьеры, ограничивающие распространение газеты, телевизионного или радиосигнала.

Второй важнейший процесс, лежащий в основе современных изменений СМИ, - **конвергенция**, основная суть которой заключается в интеграции информационных и коммуникационных технологических платформ (компьютеров, телевизоров, телефонов, различных гаджетов), а также передаваемых ими содержательных (информационных) продуктов.

При этом конвергенция осуществляется на двух уровнях – технологическом и медиаиндустриальном.

На **технологическом уровне** происходит слияние технологий распространения и производства информации, которое позволяет разным СМИ – кабельным или телефонным сетям, беспроводной спутниковой связи – доставлять аудитории одинаковые типы содержания. Цифровой формат содержания позволяет осуществлять его распространение в различных формах вне зависимости от конкретной индустрии СМИ и технологических платформ.

Важнейшей общей чертой к настоящему времени остается «привязка» новых СМИ к экрану – будь то экран телевизора, компьютерного монитора или экранное окошечко мобильного телефона.

На **медиаиндустриальном уровне** идут еще более грандиозные процессы, характеризующиеся созданием транснациональных холдингов и конгломератов путем объединения производителей электроники для дома, компьютеров, гаджетов, телекоммуникационного оборудования, ИКТ-индустрии и т.п. с компаниями по производству полиграфической продукции, печатными, радио-, ТВ- и интернет-медиа.

Медиаэксперты условно выделяют 2 вида возникающих конвергентных связей: горизонтальные и вертикальные.

Горизонтальные интеграционные связи (горизонтальная конвергенция) возникает при слиянии (симбиозе, кооперации) «близкородственных», институционально близких структур, таких, как, например, телекоммуникационные компании, операторы сотовой связи и кабельных сетей. Процесс интеграции начался именно с этого вида синергетического взаимодействия и давно стал обыденностью, доказав на практике свою экономическую эффективность.

Вертикальные интеграционные связи (вертикальная конвергенция) являются результатом слияния (симбиоза, кооперации) не просто структур, представляющих традиционные (печатные, радио и телевизионные СМИ) и инновационные (интернет СМИ, мобильное телевидение, потоковое видео и т.д.) каналы коммуникации, но и разновекторные, относящиеся к различным секторам экономики предприятия.

Наглядными примерами подобной синергии являются, например, интерактивная сеть (аудио и видео информационный и развлекательный контент, в том числе и видеоигры), созданная путем кооперации американского филиала компании Bell (компания US West), кабельных операторов Wometco Cable и Georgia Cable и одного из лидеров на рынке генерации видео- и аудиоконтента – компании Time Warner.

Таким образом, можно констатировать, что мы являемся свидетелями неизбежной исторической трансформации и эволюции: перехода от газетных и медиа-магнатов прошлых столетий к транснациональным медиа-королям и даже медиа-императорам, владеющим холдингами, включающими в себя предприятия по производству бытовой и профессиональной аудио, фото и видеотехники, гаджетов, ИКТ, телекоммуникационного,

навигационного, полиграфического и др. оборудования, программного обеспечения, операторов кабельных и сотовых сетей, интернет и контент-провайдеров и т.д.

Все это вкуче ведет к формированию огромного рынка «интеграций», отличительной особенностью которого является тесная, неразрывная, синергетическая связь производителей оборудования, ИКТ, операторов всех видов каналов коммуникаций, производителей программного обеспечения и производителей всех видов контента.

Дигитализация и конвергенция, связанные с ними - интерактивность и мультимедийность, в свою очередь, неизбежно приводят к институциональным изменениям на трех, взаимосвязанных уровнях: в журналистской профессии, на уровне редакций и творческих коллективов и в самих современных СМИ.

Изменения на **первом уровне** – профессиональных требований к самому журналисту, обусловленные мультимедийностью, заключаются в универсализации журналиста; времена строгого подразделения на журналистов, работающих в печатных СМИ, на радио-, ТВ- и интернет-журналистов уходит безвозвратно в прошлое. Сегодняшние реалии уже ставят перед журналистами задачу подготовки материала, подходящего и для газеты, онлайн издания или телетекстовой службы ТВ-канала. Более того, четко определился тренд на обозримое будущее: создание журналистских материалов, содержащих и текстовый, и аудио, и видео компонент. Таким образом, можно констатировать, что принцип конвергентной журналистики уже стал неотъемлемой чертой ведущих мировых СМИ.

Огромный отпечаток на профессию журналиста накладывает и интерактивность, которая вкуче с мультимедийностью и конвергенцией, привела к возникновению таких явлений в современной журналистике, как инфотейнмента, эдютейнмента и др., ставших не просто модными трендами, а институциональными подходами, определяющими саму суть и перспективы развития современных СМИ.

Инфотейнмент, подразумевающий под собой создание информационных программ в развлекательной форме или «таблоидов» на рынке печатных СМИ, трансформировал информационный жанр журналистики, включая аналитику, и

превратил его в разновидность культурно-массовых и развлекательных передач, в ходе которых важнейшие события мировой политики, экономики, социального развития, демографии и т.п. «подаются» зрителям в максимально упрощенной, развлекательной форме. Это в свою очередь неизбежно отразилось на манере и способах журналистской подачи материала в СМИ.

Тесно связано с инфотейнментом и появление такого журналистского приема, как инфоториал, подразумевающего наличие в подаваемом информационном материале резко выраженной, экспрессивной, порой провокационной, точки зрения автора журналистского материала.

Новый, синтетический жанр журналистики – Эдютеймент, сочетающий в себе образовательное, познавательное, информационное начало с развлекательными, игровыми и компьютерными элементами, «ворвался» в медиaprостранства многих стран мира и уверенно набирает популярность у большей части аудитории. Особой популярностью пользуются обучающие компьютерные игры и игровые интерактивные энциклопедии.

Не менее интересные процессы идут и на **втором уровне**: редакций СМИ и творческих коллективов, вызывая изменения в структуре, количественном и качественном составе, а подчас, и в самой организации медиабизнеса как такового:

- Минимизация персонала СМИ, сокращение количества различных отделов, творческих групп, унификация, универсализация и расширение навыков и компетенций каждого сотрудника СМИ

- Появление должностных, структурных единиц, ответственных за модерацию, мониторинг, анализ, агрегацию поступающих по каналам «обратной связи» данных и подготовку вариантов адекватного, оперативного реагирования СМИ на запросы, пожелания, замечания и предложения аудитории

- Перманентная генерация контента, мониторинг и заимствование информации других СМИ, рециклинг, заключающийся в регулярном использовании собственных, ранее опубликованных материалов, обогащенных средствами мультимедиа (гипертекст, аудио, видеоряд, доп. ссылки и комментарии), предназначенные для постоянного обновления

информации на официальных ресурсах в сети Интернет, что достигается посменной, круглосуточной работой редакции СМИ.

Не менее грандиозные трансформации происходят под воздействием дигитализации, конвергенции и связанных с ними явлений и на **третьем уровне** - в самих СМИ, приводя к изменениям взаимосвязанных компонентов:

– Носитель информационного продукта

СМИ и их информационный продукт в настоящее время представлены не только в традиционной форме: в виде печатной продукции (газеты, журналы и т.д.), радио- и ТВ-вещания (радиопередачи, радиопрограммы, телепрограммы, фильмы и т.д.), офлайн носителей информации (фотокопии, аудио и видеокассеты, фотопленки, дискеты, CD и DVD диски, карты флеш-памяти, переносные, внешние жесткие диски и т.д.), но и в виде онлайн информационных ресурсов (сетевые газеты, порталы, социальные сети, блоггинги, каналы потокового видео, видеохостинги, виртуальные миры и т.д.). Основная черта новых носителей – индивидуальность, компактность, простота использования, оперативный доступ, навигация, персональный поиск и т.д.

– Средства доставки информационного продукта (контента) и каналы коммуникации потребителя и СМИ

В «аналоговую» эпоху средства доставки информационного продукта (контента) не отличались разнообразием: печатные СМИ либо приобретались потребителями в пунктах продажи, либо по подписке, доставлялись почтовыми службами или службами доставки потребителю; радио и ТВ-контент доставлялся потребителю посредством радио- и ТВ-передающих и принимающих устройств. Со вступлением в «цифровую эру», увеличилось не только количество устройств для получения потребителем медиаконтента, но и трансформировались имеющиеся и появились новые свойства этих средств.

Так, например, уже сегодня можно получать любимую газету в виде печатной, доставляемой в течение нескольких часов на дом потребителю, или цифровой копии, которую можно прочесть на экране персонального компьютера, современного телевизора или смартфона. Кроме того, ведущие СМИ предлагают и услугу «прослушивания» этой газеты; а доступ читателей ко всем публикациям в этой газете, начиная, порой, с момента ее первого

выпуска 10, 20, 30, а то и 100 лет назад – сегодня уже не удивляет современную аудиторию печатных и электронных СМИ.

– Диверсификация медиаканалов распространения

«Оцифровка» и конвергенция текста, аудио- и видеоряда, появление новых информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), позволивших осуществлять одновременную передачу мультимедийного контента «на земле и под землей, на воде и под водой, в воздухе и в космосе», используя для этого кабельные, сотовые, радио, телевизионные, телефонные, спутниковые и иные каналы связи, а также, их комбинацию, в совокупности с развитием средств приема и демонстрации контента позволили преодолеть временные, ценовые и географические ограничения в деятельности СМИ, предоставив потребителям возможность доступа к выбранным СМИ и их контенту в любой точке Земли, в любое время дня или ночи.

В связи с этим, все ведущие СМИ, задействуют для распространения своего контента все возможные каналы коммуникации, и в первую очередь, социальные сети, а также, набирающие популярность широкополосный и спутниковый двухсторонний интернет.

– Трансформация офлайн и появление онлайн «обратной связи»

«Обратная связь», под которой понимают связь потребителя информационного продукта с его производителем, во все времена была залогом успешного существования и развития СМИ. Многочисленные письма читателей в редакцию газеты, радио или ТВ-передачи, и присоединившиеся к ним чуть позже «звонки в студию», позволяли руководству СМИ и творческому ядру «держат руку на пульсе» и быть в курсе всех пристрастий читателей, таким образом, формировать содержание контента СМИ в соответствии с историческими реалиями и вкусами и запросами аудитории.

Развитие ИКТ позволило трансформировать офлайн «Обратную связь», реализуемую не только в традиционном, вышеописанном виде, но и в виде чатов, гостевых книг, комментариев в постах, отзывов на сайтах и т.д., для того, чтобы быть более оперативной и в большей степени влиять на редакционную политику СМИ. Хотя, конечно же, необходимо

заметить, что при этом, вся политика СМИ, выбор содержания (контента) того или иного номера газеты, радио или ТВ-передачи был исключительной прерогативой журналистского коллектива, а порой, и просто руководства СМИ.

Появление же интерактивности, ставшей неотъемлемой чертой любого современного СМИ и реализуемой в виде «P2P» (person to the person, т.е. человек-человек) или P2Hub (person to the hub, т.е. человек-хаб – компьютер, базы данных и т.д.), дало возможность каждому потребителю согласно персональным запросам, вкусам и пристрастиям создавать для личного потребления собственный информационно-развлекательный контент путем выбора и микширования предоставляемых всевозможными СМИ информационных, образовательных и развлекательных продуктов.

Эпоха дигитализации, современные телекоммуникационные сети, широкополосный доступ в интернет, спутниковые, кабельные, сотовые сети распространения и приема сигнала и др. ИКТ-технологии привели к появлению нового вида «обратной связи» - он-лайн, которую в свою очередь можно условно подразделить на 2 вида.

Пассивная онлайн «обратная связь» позволяет потребителю в режиме «реального времени» предоставлять производителям информационного контента, осуществляющим перманентный мониторинг электронных ресурсов и оперативную коррекцию, свои пожелания, замечания и т.п., используя для этого такие механизмы, как всевозможные электронные рейтинги на сайтах и порталах, СМС-голосования, чаты, гостевые книги, соц.сети и т.д.

Активная онлайн «обратная связь», занимающая особую позицию в диалоге потребителя и производителя медиаконтента, позволяет каждому человеку быть не просто пассивным потребителем информационного продукта, а принимать активное участие в формировании и онлайн коррекции персонализированного информационно-развлекательного контента.

– Трансформация традиционных и появление новых медиаформ

На протяжении многих десятилетий люди во всем мире делали выбор между традиционными медиаформами контента – печатными или аудиовизуальными СМИ, опираясь при этом на

свои представления о том, какой из видов «аналогового» контента оперативнее, увлекательнее, содержательнее и всесторонне способен удовлетворить потребность в информации и развлечении.

При этом процесс создания контента прошел исторические ступени развития: от обособленного, самостоятельного, аутентичного производства контента каждым СМИ до создания кластера «индустрии свободного времени», включающего в себя традиционные СМИ, предприятия полиграфической и сувенирной продукции, создателей и администраторов электронных баз данных, служб аудио-, видео- и телетекста, онлайн- и офлайн-служб и сервисов, разработчиков компьютерных игр, образовательных ресурсов, электронных книг, киностудий, каналов спутникового и кабельного телевидения, продюсерские телекомпании, звукозаписывающие студии и т.д.

В результате вышеописываемых процессов дигитализации, конвергенции, мультимедийности и интерактивности происходит трансформация традиционных медиаформ. Например, практически все печатные СМИ в настоящее время имеют печатный, бумажный вариант и цифровую копию, размещенную на сайте и/или распространяемую по электронной почте подписчикам. Кроме того, большинство сайтов газет предоставляют не только материалы в текстовой форме, но и дополняют самые резонансные материалы фотогалереями, аудио и видеорядом.

Новые медиаформы, такие, как, например, интернет-газеты, информационные порталы, видеохостинги, появившись на рынке СМИ сравнительно недавно, очень быстро приобрели огромные аудитории пользователей, что связано с их изначальной ставкой на мультимедийность, и интеграцию информационно-коммуникационной индустрии.

Российский исследователь А. Носик объясняет трансформацию традиционных и успех новых медиаформ, используя концепцию структурных и функциональных преимуществ, в основе которых борьба всех СМИ за главные ресурсы: время и внимание аудитории.

Отдавая предпочтение онлайн-медиаформам, А.Носик выделяет 2 структурных преимущества – «гипертекст», позволяющий за «один клик» осуществлять переход с одной онлайн-медиаформы на другую (с интернет-газеты на онлайн ТВ

или радиоканал, а также на сайты конкурирующих СМИ) и «сквозной поиск», позволяющий вычлениить и сегментировать всю архивную и актуальную информацию в соответствии с параметрами поискового запроса пользователя. Эти преимущества, с точки зрения медиаэкономики, увеличивают в разы такой ресурс, как время пользователя, что является явным конкурентным преимуществом.

В качестве важнейшего функционального преимущества онлайн медиаформ Носик А. определяет практическое отсутствие «производственной задержки», то есть минимального количества времени, прошедшего от начала создания контента до момента его «потребления»: в отличие от традиционных печатных СМИ, радио- и ТВ-каналов, главной чертой онлайн СМИ является освещение событий практически в режиме «реального времени», наличие возможности обновления, коррекции и добавления контента без затрат из любой точки мира при условии наличия интернета и доступа к администрированию или редактированию соответствующей медиаформы, отсутствие необходимости особых навыков у дежурного редактора или журналиста для внесения необходимых изменений в контент, размещенный на Интернет-ресурсах.

Подводя итог вышеизложенному, необходимо отметить, что новые ИКТ стали реальностью, создав «индустрию свободного времени», оказывающую огромное, порой основополагающее влияние на всех уровнях, в том числе и на институциональном, на медиасистемы, медиаэкономику, профессиональные стандарты журналистики и саму социальную организацию нашего общества.

Именно поэтому, ведущие транснациональные компании инвестируют огромные финансовые, технические, организационные силы и средства в различные программы создания информационного общества и виртуального, электронного Правительства, в разработку новых медиаформ, каналов коммуникации, средств доставки контента, носителей информации и т.д.

Дальнейшее развитие ИКТ, появление ранее не известных форм и видов журналистики, таких как, например, «гражданская журналистика», новых персонифицированных информационных ресурсов, таких как блоггинги, аккаунты в социальных сетях и т.п.,

уже сегодня составляющих значительную конкуренцию традиционным и онлайн СМИ и вызывающих трансформации всего медиарынка, неизбежно приведут к интересным метаморфозам самой журналистики и СМИ; при этом характер изменений и пути развития нуждаются в пристальном наблюдении, прогнозировании и выработке соответствующих адекватных мер реагирования.

Литература

1. Амзин А. А. «140 правил интернет-журналиста» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kebati.ru/journ/140.php>
2. Вейлер К. «Сетевые СМИ - другая журналистика» / К. Вейлер, Р. Маурер. – Зальцбург: 2002.
3. Вестник Российской коммуникативной ассоциации. – 2014. – 14-21 апреля. – № 12.
4. Градюшко А.А. Основы интернет-журналистики: веб-журналистика. – Минск: БГУ, 2012.
5. Градюшко А. Перспективные стратегии веб-журналистики в глобальном информационном пространстве / А. Градюшко // Международная журналистика-2014: диалог культур и взаимодействие медиа разных стран: материалы Третьей Междунар. науч.-практ. конф. (20 февр. 2014 г., Минск) / Под общ. ред. Т.Н. Дасаевой; сост. Б. Л. Залесский. – Минск: Издат. центр БГУ, 2014. – С. 77–88.
6. Девилетт С. Пособие для блоггеров. Репортеры без Границ. – М., 2005.
7. История мировой журналистики / А.Г. Беспалова, Е.А. Корнилов, А.П. Короченский, Ю.В. Лучинский, А.И. Станько. – Ростов н/Д: Издат. центр «Март», 2003. – 232 с.
8. Каган Б. Словарь полиграфических терминов / Б. Каган, С. Стефанов. – М.: РепроЦЕНТР, 2005. – 592 с.
9. Калмыков А.А. Интернет – журналистика. – М.: Юнити – Дана, 2005.
10. Кемрадж А.С. Аспекты использования интернет-технологий. – М.: Книжный Мир, 2002.

11. Киршин, Б.Н. Покидая галактику Гутенберга / Б. Н. Киршин // Провинциальный мегаполис в современном информационном обществе: материалы Междунар. науч. конф. (Челябинск, 24–26 марта 2010 г.) / Под общ. ред. д-ра филол. наук, проф. М.В. Загидуллиной; Челяб. гос. ун-т. – Челябинск: Энциклопедия, 2010. – 467 с.
12. Лосева Н. Конвергенция и жанры мультимедиа / Н. Лосева // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / Под ред. А. Г. Качкаевой. – М., 2010. – С. 131–134.
13. Носик А. Net-культура [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://old.russ.ru/authors/nosik.html>
14. Подурец К.М. Журналист в Интернете. – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2002.
15. Почепцов Г.Г. Имиджелогия / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефлбук; Киев: Ваклер, 2000. – 698 с.
16. Раскладкина М.К. Сетевая пресса как объект коммуникативных исследований. – М., 2002.
17. Распопова С.С. Автор мультимедийного текста / С. С. Распопова // Журналист. Социальные коммуникации. – 2012. – № 2. – С. 84–90.
18. Реддик Р. Журналистика в стиле on-line / Р.Реддик, Э.Кинг / Пер. с англ. – М., 1999.
19. Торалиева Г.Д. Международные стандарты он-лайн-журналистики (практическое руководство для журналистов): Учебное пособие. – Бишкек, 2006.

**НА ШИ МАТБУОТИ ТОҒИК
ДАР БОЗТОБИ ХУДШИНОСИИ МИЛЛЧ
(дар мисоли рӯзномаи «Маориф ва маданият»)**

Самадова Дилбар Ёсановна

номзади илмҳои филолог

муdiri кафедраи журналистика ва назарияи тарғума,
Донишгоҳи давлатии Хуғанд ба номи академик

Б. Фафуров

d-samadova@mail.ru

Худшиносии миллч на танио барои мардуми тоғик аз муғимтарин му аддасот майсуб меёбад, балки ба кулли хал ияту миллатио арзишу айамияти хос дорад. Ва те дар бораи худшиносии миллии тоғикон, бунёди маънавии хал ёи ориёнажд ва сайри таърихии ин авм дар пайнои таърих андеша менамоем, равшан мегардад, ки мафйумиои худшиносч, худогойч ва хештаншиносч решаиои ами и таърихч дошта, дарки онёо дар рои камолоти маънавии инсон аз арзишии баланде бархурдоранд. Худшиносч ва худогойч аз даврони адим ди ату тавағғуи мутафаккирону файласуфони оламо ба худ кашида буд. Дар афкору осори эшон мафхуми худшиносч йамчун ташаккулдиандаи шуури инсон мавриди фахмиш арор гирифта, дар таълимоти файласуфи Юнони адим Су рот низ ганбайи мухталифи таъбири «худро бишнос» бозгӯ шудааст. Абӯалч ибни Сино, Насируддини Тӯсч, Имом азолч, Аймади Дониш ва дайё нафари дигар дар масъалаи ояи худшиносч ва пайлуиои гуногуни он изйори андеша кардаанд. Майз худшиносч рои асосии расидан ба маърифати инсон ва ғомеа мебошад. Шинохти аслу насаб аз шартёи нахустин ва асосии худшиносч аст, ки барои ами рафти дарки мойияти маънавии инсон ва ма оми ў дар ғомеаи мутамаддин заминаи мусоид ва муассир фароам меоварад. Арг гузоштан ба маънавият ва фарйанги дурахшони гузаштаву имрӯзаи миллат, эйгиромии хос ба таърихи пур ановати тоғикон ва садо ати йамешагч ба ормонёи ватангароч муғимтарин унсурёи хештан шиносч ба шумор мераванд.

Дар мавриди шинохт ва тай и и масоили худшиносч дар илму адаб ва публитсистикаи тоғик ба гузь маводи матбуот

баъзе аз рисолаву китоби ба нашр расидаанд, навиштагони олимони тоғик чун М. Шакурч, А. Набавч, А. Сайфуллоев, М. Рағабч, А. Турсун, як идда адибон Л. Шералч, Б. Собир, Г. Сафиева, Ҷ. Қўйзод, С. Турсун аз муаррихон Р. Масов, Н. Неъматов ва дигарон дар ин масъала фарогири матолиби муҳим мебошанд.

Дар навиштагони Пешвои миллат, асосгузори сулҳу Ваҳдати миллӣ, Президенти кишвар Эмомалҷ Раймон оид ба решагони таърихии худшиносии миллӣ низ изғори назар шудааст. Ин шахсияти таърихии замони имрӯз дар асари пурарзиши «Тоғикон дар оинаи таърих» (Душанбе, 2009) муаммои пайдоиши хал ғои Ағамбунёдро дар чунин матлаб ифода кардааст, ки руғи иғтимоии худшиносона дошта, андешаву руғи хонандаи имрӯзро ба таърихи азалии он наздик мебарад: «Мо кистем, аз куғоем ва дар кадом дудмон сабзидаем? Нахустағдодамон киё буданд, аз куғо омадаанд ва дар кадом бум ошён доштанд? Ташаккули фарёангу тамаддун ва давлату давлатдории тоғикон кай о оз ёфта ва аз кадом сарчашма ибтидо мегирад? Ма ому йиссаи таърихии миллати мо дар пайдоишу пешрафтаи тамаддуни муштараки ориёнажодӣ то куғост? Забони модарч, расму оини ағдодч, мероси таърихию фарёангч ва усули давлатдории мо бунёди миллӣ дорад ё аз дигар хал иягҳои сойибтамаддун ба мо гузашта?» Ба авли устод Муғаммадғони Шакурч: «Худшиносии миллӣ ду ғийат дорад. Ғийати шахсч ва йамагонч. Яъне вобаста ба он аст, ки, аз як тараф, йар шахс то чч андоза ба шинохти миллати худ расидааст ва, аз ғониби дигар, йама *этнос* (яъне, мардумони аз лиғози хал йамзист) то чч дараға умумияти худ, яғонагии этникч (мансубияти ягон хал ва хал ияг), фарёангч ва таърихии худро ғайм кардааст». Агар ғавононро аз хурдч бо мағйуми «худшиносч» ошно намуда, дар руғияи ватандӯстч тарбия намоем, ма сади аслии худшиносиро, ки камоли мағнавию ахло ист, ами дарк менамоем.

Мо йамеша мушоғида мекунем, ки Президенти давлатомон Эмомалҷ Раймон доимо ба масъалаи худшиносиву худогойч ва йуввияти миллӣ сертавағғуғанд ва мардуми кишварро ба дарки истилоғи «бедориву йуввияти миллӣ ва зиракии сиёсиву тайаммулпазирч» ғалб мекунанд. Вобаста ба масъалаи мазкур,

обили ёдоварист, ки худшиносч дар мағмуъ чун шинохти шахсияти хештан, ки ба инъикоси худч дар шуур асос ёфтааст, ганбайои табию игтимоҷ дорад. Кофист барои исботи решаҳои игтимоҷ доштани он таъкид намоем, ки худшиносии миллч то андозае аз ир у наҷод, шароити ғу рофч низ вобастагиии зиёде дорад. Ва майз бо йамин сабаб тарбияи худшиносч барои йар халку миллат махсусиятҳои худро дорад, ки ғомеа бояд йатман онйоро дар ин раванд ба эътибор гирад. Йамзамон таъкид бояд намуд, ки худшиносии миллч асосан ба чунин унсурӣе, аз абили ояи миллч, эйсоси мансубияти марзч ва мутаалли ч ба ин ё он дину мазйаб така мекунад. Дар давлатҳои сермиллату сермазйаб эйсоси мансубияти шайрвандч низ ба йайси як пояи ин зинаи худшиносч шинохта мешавад.

Ба йамин тари , дар замони муосир барои йар як хал у миллате ояи миллч, мансубияти марзч, динч ва шайрвандч дар раванди худшиносч чун шамъи ройнамо хизмат мекунанд. Тоғикистони тозаисти лоли мо низ аз ин раванд берун нест ва хушбахтона тӯли ду дайсолҳои исти лолияти хештан мо дар ин рои пурпечуб адамҳои нахустинро низ гузоштаем. Ва имрӯз, ки та йироти куллч ва буйронҳои шади и тисодию игтимоҷ дар тамоми ғайон йукмронанд, мо бояд дар муайянсозии асосҳои хештаншиносч ва йувияту маънавиети миллч боз йам уствортар адам нием. Дар ин самт, чунонки борӣо таъкид шудааст, моро зарур аст, ки тағрибаи ғайонии йифзи амнияти идеологиро биёмӯзем, абл аз йама сойаи маорифро чун омили таъмини амнияти миллат ба хубч истифода намуда, барои тар иби йувият ва маънавиети миллч фаъолиятро ғоннок созем ва сайми йар як зиёро дар рушди маънавиети кишвар боз йам боло барем.

Тағлили ғашну маъракаҳои соли тамаддуни Ориёч, ки бо пешнийоди Президенти ҒТ Эмомалч Раймон бисёр муйташам гузаштаанд, дар мағмуъ эйё бахшидан ба тамаддуни замони ориёии мо ва ба ин васила дар руйияи маънавии гузаштагон тарбия намудани насли муосири тоғику тоғикистонийн арор мегирад. Заминаи дигари андешаи миллч ба фарйанги муосир мутаалли аст. Барои густариши рукни севуми андешаи миллч ба фарйанги муосир рӯ овардани сиёсати давлатсозии мост. Дар ин замина тағлилу баргузории ғашну маъракаҳои таърихч ва чейраҳои миллат, мисли «Тағлили рӯзи забон» (1996, 2003,

2004); 675- солагии Хоға Камол (1996); 90- солагиву 100-солагии Бобоғон афуров (1998, 2008); ифтигойи мағмаи меъморч ба ифтихори 1100-солагии давлати Сомониён ва муғассамаи Амир Исмоили Сомонч (1999), 90-солагиву 100-солагии Мирзо Турсунзода (2001, 2011); 2500-солагии Истаравшани бостонч (2002); 1000-солагии зодрузи Носири Хусрав (2003); 2700-солагии Кӯлоби бостонч (2004); 800-солагии Мавлавч (2007); 1150-солагии Абӯабдулло Рӯдакч (2008), ғашнӣои Абдураймони Ғомиву Мир Саид Алии Ҷамадонч ва ғашн гирифтани «Фалак»-у «Шашма ом» ва айра, бешубӣа, заминаи мустайками худшиносиву худогойии мардумони давлати навини миллати моро истейком мебахшад, ки инъикоси ин ғашнӣои таърихч дар ВАО ба таври шоиста сурат гирифтаанд.

Бояд таъкид кард, ки яке аз рӯзномайое, ки дар замони йукуматдории Шӯравч дар инъикоси масъала ва мавзӯӣои худшиносч на ши муассир гузоштааст, ин рӯзномаи «Маориф ва маданият мебошад», ки албатта бо сайми намоёни сардабири ғасоратманд ва тоғикшиноси беназир шодравон Бӯринисо Бердиева вобаста аст. Рӯзномаи «Маориф ва маданият» дар инъикоси рӯйдодҳои бузургтарини ҷомеаи тоҷик нақши муассир доштааст. Худшиносч зинаӣои гуногуни худро дорад. Миллате, ки бе даҳолати дигарон ва нигаронч ба корӣои бегонагон наметавонад, ғойгоӣи хешро дар тамаддуни ғайонч муайян созад ва хештаншинос бошад, махсусиятӣои миллию фарӣангии худ ва билохира муста илияти давлатиро аз даст медӣад. Аз ин рӯ, новобаста ба он, ки баъзе беҳабарон гузориши масъалаи худшиносии миллиро чун амале мешиносанд, ки дар баъзе ғомеаӣо бар ивази надоштани заминаи и тисодии мушаххас дар миён гузошта мешавад. Муӣиммияти он барои миллатӣои тозаисти лол ва махсусан дар замони муосир ба йеғ вағх коста намегардад. Вобаста ба масъалаи мазкур, обили ё доварист, ки худшиносч дар мағмӯъ чун шинохти шахсияти хештан, ки ба инъикоси худч дар шуур асос ёфтааст, ғанбайои табию иғтимоч дорад. Табиҷ будани он аз шуури инсон йамчун зуйуроти табиҷ вобаста буда, иғтимоч буданаш ба тарбияи инсон дар оила ва ғомеа марбут аст. Аз ин рӯ, яке аз пайлӯӣои худшиносч тарбияи ахлоҷ ва некӯкорию инсондӯстч мебошад, ки бевосита ин масъалаӣоро

мо аз сафйаи рӯзномаи «Маориф ва маданият» дида метавонем. Рӯзномаи «Маориф ва маданият» дар таърихи матбуоти тоғик яке аз рӯзномайои нийоят машйур ва муассире будааст, ки як марйилаи матуботи озоди кишвар ба номи йамин рӯзнома пайвандч дорад. Зеро рӯзномаи мазкур дар муддати мавғудияти худ бо на ши муйимтарин масоили мухталиф обрӯву эътибори худро дар аламрави матбуот пайдо кард ва ма оми худро дар таърихи матбуоти озоди кишвар ба йамешагч пайваст. Марйилаи сардабирии зани ғасури тоғик Бӯринисо Бердиева барои нуфуз пайдо кардани ма ому мартабаи рӯзнома муассир буд, ин зани миллатдӯст тавонист бо маводи муйим ва айамияти миллидошта рӯзномаро аз йар ғийат густариш диёад. Сарғамъ намудани равшанфикрони замони бозсозч дар идораи рӯзномаи «Маориф ва маданият» собит намуд, ки рӯзнома аз ғийати мазмуну мундариға нисбат ба дигар рӯзномайои замон имтиёз ва ма оми шоистаро касб кардааст. Тайлили сохторч ва мундариғавии рӯзнома далели он аст, ки дар он бештар масъалайои марбут ба фарйанги миллч ва арзишйои милливу маънавч мавриди омӯзиш ва баррасиву инъикос мегарданд. Майз тавассути маводи йамин рӯзнома ғараёни озодфикриву озодандешч дар замони бозсозч ба ву ўъ пайваста буд, густариш пайдо кард ва рӯзномаи мазкур минбари муйимтарин матолиби миллч аз ғумла эътироми анъана ва расму оинйои миллч гардид. Афзун бар ин дар рӯзнома таъкиди таърихият ва миллияти тоғик бештар сурат мегирифт, ки майсули тафаккури навназаронаи бархе рӯзноманигорони замон, аз ғумла Бӯринисо Бердиева буд. Дар рӯзнома масъалайои худшиносч аз ғумла тавағғуй ба арзишйои милливу маънавч ба хусус дар солийи йафтодуми асри гузашта авғ мегирад ва дар ин самт бейтарин навиштайоро майз рӯзномаи «Маориф ва маданият» пешкаши хонандагон гардонидааст. Маълум гардид, ки на танийо масъалайои худшиносч дар рӯзнома нуфуз доранд, балки масоили мухталифи игтимоч низ дар рӯзнома ғойгойи махсусро иш ол менамоянд. Дар рӯзнома бештар мавзӯи шинохти худч, дарёфти маърифати баланди миллч, дӯстии хал йо, руғўъ намудан ба масъалайои таърихи миллч, сиёсати миллч, адабиёти миллч бештар мавриди назар арор гирифтааст. Омӯзиши густаридаи ин сарчашмаи муйим аз корйои минбаъдаи айли тай и майсуб мешавад.

Адабиёт

1. Бозсозҷ ва таърихи адабиёти советии тоғик // СШ. – 1989. – №1. – С. 125-134.
2. Дарси хештаншиносҷ (Мағмӯаи ма олайо). – Душанбе, Ирфон, 1989. - 272 с.
3. Дарси хештаншиносҷ. Дафтари дувум. - Душанбе, Ирфон, 1991. - 400 с.
4. Набиев А. Нарзуллои Бектош ва илму адаби тоғики солиҳои 20-30-уми садаи бист. – Д.: Ирфон, 2003.
5. Рағаб М. Ислом: ғадидия ва ин илоб (Мағмӯаи ма олайо). – Душанбе, 1997. – 245 с.
6. Рағабҷ М. Таърихи тан ид ва адабиётшиносҷ. – Д., 1997.
7. Сатторзода А. Кӯйна ва нав (Дар шеър, на д ва забон). – Д.: Адиб, 2004. – С. 195-206.
8. Усмонов И. Журналистика, ғ. 3. - Душанбе, 2008. - 447 с.
9. Усмонов И. Соли Набиев. – Душанбе, 1995. – 56 с.
10. Шакурҷ М. Маъруфи Рағабҷ ва китоби ӯ дар бораи Сотим Улу зода Д.: Деваштич, 2004. – С. 5.
11. Ғадидия ва дурнамои таърих // СШ. – 1990. – №3. – С. 129-139

К ПРОБЛЕМЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ ТАДЖИКИСТАНА

Хомидов Диловаршо Борухдинович

кандидат филологических наук

старший преподаватель кафедры печатных СМИ и PR

Российско-Таджикский (славянский) университет

khamidov1@gmail.com

В первой половине 90-х годов с информационной точки зрения Таджикистан был не защищен. Население Таджикистана в основном воспринимало информацию, которая поступала из-за рубежа. Во-первых, официальные СМИ Таджикистана были незначительными: таджикское телевидение имело 6-7 часов вещания, радио тоже было ограничено, официальные правительственные издания («Чумхурият», «Садои Мардум», «Народная газета», «Халковози») выходили раз в неделю. Они публиковали в основном официальные материалы, которые распространялись на территории города Душанбе и в областных центрах, тираж их был незначительным.

Внутри страны до середины 90-х годов не было независимых СМИ, поэтому из официальных СМИ получить какую-либо информацию было невозможно, общество испытывало так называемый информационный голод. Не было ни независимых агентств, ни газет, ни журналов, все они были вытеснены на основании решения Верховного Суда от 3-го июня 1993 года «О ликвидации Партии «Исламского Возрождения» Таджикистана, Народного Движения «Растохез» и их печатных органов, поэтому внутри республики не распространялись какие-либо альтернативные материалы. Все слушатели радио и зрители телевидения, читатели – все старались найти необходимую информацию из программ иностранных СМИ, вещающих на территории Таджикистана. Это, в основном, программы передач России (ОРТ, РТР, радио «Маяк»), США, (радио «Свобода» и «Свободная Европа») Великобритании (Би-би-си), Ирана («Садои Хуросон»), а также программы радио и телевидения соседнего Узбекистана [1, 67].

Мы должны отметить, что в 90-е годы радио и телевидение Узбекистана имели большое влияние на Таджикистан, потому что практически беспрепятственно вещали по всей территории республики. Отношение Узбекистана к таджикским властям дважды изменилось в эти годы – вначале Узбекистан был опорой таджикских властей в борьбе против оппозиции, затем он стал защищать интересы оппозиции, а затем начал критиковать и тех и других, и все это влияло на формирование общественного мнения тех лет.

Российские СМИ, в основном телевидение ОРТ и РТР, а также радио «Маяк», который вещал в Таджикистане, и печатные СМИ России, которые тогда широко распространялись и продавались на рынке Таджикистана, сформировали общественное мнение относительно правительства и оппозиции. Важно отметить, что в годы противостояния российские СМИ, прежде всего, защищали интересы правительства РТ, в них отражались интересы нашего правительства и интересы стран СНГ. В первую очередь в них нашла отражение позиция большинства стран членов СНГ относительно таджикского мирного процесса. Таджикистан является составной частью СНГ, и страны СНГ имели право защищать страну. Сюда были отправлены миротворческие силы, которые были призваны защищать интересы таджикского народа, т.е. позицию правительства [5, 13].

Другая группа СМИ, которая заполнила информационное пространство РТ, – это представители зарубежных масс-медиа. Они в первую очередь отражали позицию таджикской оппозиции. К ним можно отнести, радио «Свобода», Би-би-си и радио «Садои Хуросон». Следует отметить, что нередко они давали возможность высказаться и представителям правительства. В частности, на радио Би-би-си и на радио «Свобода» неоднократно выступал известный политолог, профессор И.К Усмонов, защищая интересы власти. По его мнению, не использовать такую возможность, оставить все на произвол судьбы, дав полную возможность выступать только оппозиции, нельзя [5, 44]. Все западные СМИ были за оппозицию, поддерживали ее. Ни одна положительная информация по поводу деятельности властей в этих СМИ не освещалась никогда, и ни одной отрицательной информации касательно оппозиции тоже не сообщалось. То же делали

официальные СМИ, т.е. не публиковались положительные новости относительно оппозиции и отрицательные относительно правительства. Проблема в том, что официальные СМИ Таджикистана были доступны только нескольким тысячам человек в РТ, а зарубежные СМИ имели миллионную аудиторию не только в Таджикистане, но и по всему миру. Кроме того, одним из средств манипулирования оппозиции на информационном пространстве РТ было создание радио «Свободный Таджикистан», на территории Афганистана, а также издание собственной газеты. Газеты поступали к нам редко, но радио было слышно в приграничных районах, и это не могло не влиять на общественное мнение. На основании материалов этих СМИ появлялись разного рода компрометирующие слухи, в частности о неизбежности свержения таджикского правительства, о том, что оппозиция располагает большими силами, что оппозиция захватила какие-то территории. Кроме того, среди политических изданий тогда активно работала газета «Чароги руз», которая выходила за пределами РТ, но распространялась широко и на территории страны. До нас доходили примерно 100-150 экземпляров этой газеты, но читателей было в разы больше. Речь идет о подпольном копировании и распространении среди населения.

Обобщая вышесказанное, можно констатировать, что до 1995-97-х годов информационная структура развивалась не в пользу правительства Таджикистана. Начиная с 1997 года, т.е. в годы работы «Комиссии по национальному примирению» (1997-2000 гг.), оппозиция нашла возможность вести пропаганду и внутри страны. Она еще не выпускала свои отдельные издания, но уже появились первые независимые политические газеты, которые защищали интересы оппозиции. Самой влиятельной из них являлась газета «Чумбиш». Её по праву можно назвать одной из самых серьезных газет тех лет, и она была оппозиционной.

Активизировалась тогда и «Чароги руз», возникли несколько других газет, носящих политический характер, например «Чоми Чам», «Рузи нав», «Неруи сухан». Они тоже имели свой политический вес и политическое влияние. Всю журналистику Таджикистана тех лет, с точки зрения отношения к событиям, можно разделить на две группы:

- первая – СМИ, защищающие интересы правительства, это, прежде всего, вся русскоязычная пресса РТ и официальная таджикская журналистика;
- вторая – СМИ, защищающие интересы оппозиции, противников власти и международные СМИ.

Все они способствовали расколу в обществе, нанося ущерб информационной безопасности страны. Это в свою очередь не позволяло прийти к согласию многие годы [1, 34].

Если сравнить современную ситуацию с теми годами, допустим, лет 15-20 лет назад, она отчасти улучшилась. Во-первых, это открытость, запретов на распространение информации стало меньше в отличие от 90-х годов. Хотя об этом никто не говорит, но тогда действовала цензура. Независимые СМИ стали более открытыми и говорящими прямо, появились СМИ с ярко выраженной собственной позицией, такие как «Нигох», «Фараж», «СССР», «Азия-Плюс», «Озодагон», появились ряд изданий, в которых отражается иное мнение, отличающееся от позиции официальных СМИ. Изменилось также влияние информации из-за рубежа, например, влияние телевидения и радио Узбекистана стало меньше. То же самое касается и влияния российских СМИ. Можно отметить, что к мнению радио «Свобода», «Би-би-си» и «Садои Хуросон» сейчас прислушиваются меньше людей, в основном с ними связаны политические лица и политические издания. Но есть другие пути влияния этих СМИ на информационное пространство РТ. Например, есть издания которые частично печатают материалы радио «Свобода», «Би-би-си» и «Садои Хуросон», – это такие газеты, как «Начот», «Озодагон», «Фараж», «Нигох», «Азия-Плюс» и т.д.

Немаловажно подчеркнуть, что современное информационное пространство РТ находится под влиянием Интернет-СМИ. Они имеют влияние и как СМИ, и как ресурс. Таджикистан находится под давлением разнородных информационных источников, и в этих условиях главная задача властей заключается в том, чтобы дать возможность своим СМИ высказаться более открыто обо всех проблемах, которые есть в РТ, и искать пути их решения. В этом случае читателям и зрителям нет нужды обращаться к другим источникам информации. Можно утверждать, что это один из самых важных путей борьбы против внешнего влияния на информационное пространство РТ.

Литература

1. Муқим Дж. Сиёсат ва ғанги иттилоотӣ. – Душанбе: Деваштич, 2006.-71 с.
2. Панфилов О. Горячие точки. Таджикистан: журналисты на гражданской войне (1992 – 1997). – М., 2003. – 564 с.
3. Проблемы информационно-психологической безопасности / Под ред. А.В. Брушлинского и В.Е. Лепского. – М.: Институт психологии РАН, 1996. – 100 с.
4. Саидов З.Ш. Массовая информация и внешняя политика / З.Ш. Саидов, А.З. Сабуров. – Душанбе, 1995.
5. Усмонов И.К. Воситайои ахбори омма ва сиёсати хориғии Тоғикистон. – Душанбе: Сино, 2003. – 64 с.
6. Усмонов И.К. Миростроительство в Таджикистане. – Душанбе. 2009. – 159 с.
7. Хамракулова Н. Пресса и межтаджикский конфликт. – Душанбе, 2003. – 107 с.

**К ВОПРОСУ ОБ ОБЪЕКТИВНОСТИ ПУБЛИКАЦИЙ
В ГАЗЕТЕ «ФАРАЖ»
(на примере материалов русскоязычной версии издания)**

Вахидова Рухшона Абдушукуровна
кандидат филологических наук,
старший преподаватель кафедры истории и теории
журналистики и электронных СМИ
Российско-Таджикский (славянский) университет
foi86@mail.ru

Цель данной работы заключалась в изучении материалов электронной версии газеты «Фараж» на русском языке, а точнее – контента рубрик «Однако» и «Таджикистан», и их оценка с точки зрения объективности освещения и глубины раскрытия тем. Однако с силу обстоятельств достижение цели оказалось невозможным. В момент проведения исследования русскоязычный сайт «Фараж» faraj.com.tj перестал функционировать – по трем возможным причинам: 1) «из-за окончания срока действия хостинга»; 2) «из-за нарушения правил»; 3) «из-за превышения ресурсов сервера» [7]. Тем не менее, в статье сделана попытка рассмотреть вопрос объективности публикаций на русском языке электронной версии «Фараж» на основе проделанной до закрытия ресурса работы и анализа нескольких имеющихся, сохраненных статей.

Интернет-газета faraj.com.tj был запущен в 2014 году как «русская версия веб-сайта faraj.tj» (интернет-газеты на таджикском языке), который, в свою очередь, был создан в 2011 году как площадка и на котором размещаются «актуальные новости» страны и мира, а также «интересные статьи газет «Фараж», «Самак» и «Ману ту»» [3]. Сама газета «Фараж» была учреждена Центром журналистских расследований Таджикистана, который возглавляет Х. Атовулло, в 2006 году и с момента своего основания позиционируется как общественно-политическая газета, чья цель – «информировать общество о проблемах, существующих в республике, предоставить трибуну народу, печатать расследование на разные тематики участвовать и освещать политические события в стране» [3]. Кроме того, на сайте

уточняется: «Его [«Фараж»] журналистские материалы всегда актуальны и объективны. Эксперты отмечают особую остроту статей и оригинальную подачу, из-за чего они становятся еще более резонансными в обществе» [3].

Прежде, чем приступить к анализу статей рубрик «Таджикистан» и «Однако» сайта faraj.com.tj, необходимо отметить следующее.

В рубрике «Таджикистан» [5] из просмотренных 205 материалов лишь 40 являются авторскими, т.е. принадлежат «Фараж», тогда как 165 текстов на самые разные темы взяты из различных информационных ресурсов, электронных СМИ, наиболее часто встречающиеся среди которых – сайты ИА «Азия-Плюс», «Авеста», «Озодагон», ИП «TJinform.com», «Радио Озоди», «МИР 24». Эти факты приводятся не для того, чтобы обвинить издание в плагиате: «Фараж» в конце каждого заимствованного материала указывает источник. Проблема состоит с другом: можно ли считать электронную версию газеты «Фараж» на русском языке СМИ и анализировать его соответственно? Значительное превалирование чужих журналистских текстов ставит, на наш взгляд, статус данного ресурса – именно русскоязычного сайта – под сомнение. Возникает еще один вопрос: почему редакция не использовала практику рерайтерства для того, чтобы ее деятельность соответствовала требованиям, предъявляемым к работе СМИ, и газета не была сведена до уровня типичных дайджестов? Кроме того, как уже было выше указано, «перепечатанные» материалы касаются самых разных тем, порой представляющих позицию издания совершенно непоследовательной.

Перейдем к анализу двух конкретных материалов, подготовленных журналистами самой газеты «Фараж», и рассмотрим, насколько они отвечают требованиям качественной, профессиональной журналистики.

Первая статья называется «шАрли эбДо», написана она Х. Атовулло, главным редактором издания, и опубликована 22 сентября 2015 года в рубрике «Таджикистан». Материал посвящен карикатуре французского сатирического еженедельника «Шарли Эбдо», которая вышла в связи с гибелью сирийского мальчика-беженца, утонувшего в море. Карикатура, точнее две карикатуры,

авторами которых является Э. Шоню, вызвали массовое негодование, в первую очередь за пределами Франции. Данный вопрос был уже мною проанализирован в статье «Этические нормы во французской журналистике» [2, 66-69].

Возмущение Х. Атовулло, как и других, понятно, вопрос, им поднятый в материале, целесообразен: «Где же находится предел свободы слова и начинается самоцензура?» [1] Однако несколько моментов не позволяют разделить позицию автора.

Во-первых, анализ карикатур наряду со словами самого Шоню заставляют сомневаться в злом умысле «Шарли», более того наводят на совершенно противоположные мысли касательно именно этой, конкретной публикации. Следует также отметить, что в статье «Фараж» перевод текста карикатур неточный, – возможно, данный факт не играл существенной роли в восприятии сатирических рисунков автором материала, однако от журналиста требуется скрупулезность во всем. Помимо этого, важно иметь в виду разность менталитетов, взглядов, практики СМИ. Карикатуры у нас непопулярны, к ним не привыкли и, соответственно, всегда присутствует риск *не понять* истинный смысл месседжа.

В начале статьи имеют место авторские рассуждения о правомерности публикации подобных карикатур, в связи с чем были упомянуты январские события 2015 г., когда после выхода карикатуры на пророка Мухаммада на редакцию «Шарли Эбдо» напали террористы и убили 12 сотрудников издания. Стиль изложения событий, интерпретация действий террористов – «два мусульманина, братья Шариф и Саид *не смирились* (выделено мной. – *P.B.*) с этим поступком напали в редакцию» [1] (синтаксис и пунктуация авторские. – *P.B.*) – создают такое впечатление, будто автор статьи относится к содеянному с пониманием, к преступникам – чуть ли не с сочувствием. Какой бы ни был повод, можно ли оправдать насилие? Может ли *журналист*, чей высший долг – служить Добру и защищать идеи гуманизма, оправдать убийство?

Вторая статья, выбранная для анализа, была опубликована в рубрике с говорящим названием «Однако» 21 августа 2015 года, принадлежит перу С. Хошими и посвящена президенту Российской Федерации В.В. Путину. Заголовок статьи,

напечатанный большими буквами (и полужирным шрифтом), одновременно простой и многозначительный: «ПУТИН» [9]. А под заголовком размещена немалого размера фотография... самого автора материала. Нельзя не отметить и первое предложение статьи (выделенное полужирным), которое сразу характеризует ее направленность и тон: «Настало такое время, что таджикский народ, зарабатывая какие-то копейки в путинской стране, продает свое чувство человечности и восхваляет такого политика как Путин» [9].

После столь громких, пронизанных пафосом слов непредвзятый читатель имеет право ожидать настоящий расследовательский материал, наполненный обличительными фактами, доказывающими точку зрения журналиста. Однако на деле статья оказывается всецело тенденциозной и насквозь проникнутой субъективностью, не выдерживает никакой проверки на объективность и достоверность. Автор не раз ссылается на некие исследования американских ученых, но ни одной ссылкой не делится, не подкрепляет свои выводы беспристрастными фактами, цифрами и в итоге предстает в образе голословного, не очень грамотного и абсолютно непрофессионального журналиста. Своими завершающими словами Хошими формально будто закольцовывает свой текст, а содержательно лишь подкрепляет сложившееся о нем в процессе чтения мнение: «Боюсь, что эта любовь таджикского народа к Путину, которая на сегодня лишила их чести и человечности, после этого сможет лишить их чувство национальной гордости и достоинства ...» (синтаксис и пунктуация авторские, как и в первой цитате. – *P.B.*) [9].

Как было отмечено выше, статья «Путин» размещена в рубрике «Однако», что свидетельствует об аналитическом характере материалов данного раздела. Более того, при наведении курсора на рубрику появляются такие разъясняющие слова: «мнение, комментарии». Таким образом, рассмотренная статья претендует на аналитичность, однако автор либо не знает, либо пренебрег ключевым требованием к подобного рода текстам, согласно которому субъективная оценка, критика, суждение имеют право на существование, на уважение, на серьезное отношение и восприятие лишь в том случае, когда они основаны на правдивых

фактах. Возможно, автор искренне верит в то, что пишет, но этого недостаточно.

Наряду с вышеотмеченными упущениями, которые, на наш взгляд, снижают уровень объективности материалов «Фараж», на восприятие журналистских текстов со стороны читателя и на его доверие к ним также влияет такой важный фактор, как грамотность, грамотное изложение вопроса, свободное владение словом. В рассмотренных текстах присутствует немалое количество ошибок, не только грамматических, пунктуационных, но и стилистических, что отражается на впечатлении – из-за несовершенств формы бессознательно возникает некое предубеждение в отношении содержания, хотя объективно оно может быть достойным внимания и доверия.

К примеру, относительно недавно жестокому избиению со стороны милиционеров подвергся журналист «Фараж», и он об этом смело написал на русскоязычном сайте издания [6]. Однако, начиная с заголовка – «Сотрудники милиция избили журналиста ЦЖРТ» – и заканчивая последним предложением, рассказ пострадавшего сотрудника издания изобилует ошибками, которые свидетельствуют о недостаточном владении русским языком. В данном случае первый вопрос, который возникает и не дает покоя, – это «Почему?». Почему текст был выложен в таком виде? Почему его не отредактировали? Если журналист плохо знает русский язык, тогда почему он написал на русскоязычном сайте «Фараж»? Невольно задаешься даже таким вопросом: «Это своего рода демонстрация неуважения по отношению к языку и вместе с тем – к определенной стране?» Глубокое недоумение вызывает подобное отношение ответственных за данное периодическое издание как к собственной репутации, так и к профессии, к журналистике, где, как известно, главным рабочим инструментом является его величество Слово.

Литература

1. Атовулло Х. шАрли эбДо // Фараж [Электронный ресурс]. – 2015. – 22 сент. – Режим доступа: <http://faraj.com.tj/tajikistan/3828-sharli-ebdo.html>

2. Вахидова Р.А. Этические нормы во французской журналистике / Актуальные проблемы журналистики. Сборник научных статей. Вып. 8. / Под общ. ред. проф. М.А. Абдуллаева. – Душанбе: РТСУ, 2015. – 276 с.
3. О нас [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://faraj.com.tj/aboutus/293-o-nas.html>
4. Рубрика «Однако» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://faraj.com.tj/index.php?do=cat&category=opinion>
5. Рубрика «Таджикистан» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://faraj.com.tj/tajikistan/>
6. Сухроби Д. Сотрудники милиция избили журналиста ЦЖРТ // Фараж. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://faraj.com.tj/tajikistan/5402-sotrudniki-miliciya-izbili-zhurnalista-czhrt.html>
7. Фараж (сайт на русском языке) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://faraj.com.tj/>
8. Фараж (сайт на таджикском языке) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://faraj.tj/>
9. Хошими С. Путин // Фараж [Электронный ресурс]. – 2015. – 21 авг. – Режим доступа: <http://faraj.com.tj/>

СТРУКТУРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРВЬЮ В РУССКОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТАХ РТ

Игамова Сурайё Гайратовна

соискатель кафедры печатных СМИ и PR

Российско-Таджикский (славянский) университет

igamova.surayo@mail.ru

Среди большого разнообразия газетных жанров интервью занимает одно из лидирующих позиций. Представляя собой определенную форму межличностного общения с определенными коммуникативными задачами, такими как обмен мыслями, идеями, размышлениями, чувствами и переживаниями, интервью подчинено определенной организационно-структурной схеме, которая, несмотря на большое разнообразие видов интервью, остается достаточно стабильной: «зачин – основная часть – концовка». То есть, выражаясь словами З.С. Смелковой, «общая схема текста интервью традиционно трехчастна» [6, 225]. В ее основе – «логическая схема описательного или событийного типа» [12, 52]. «Композиция интервью во многом зависит от четко продуманных этапов его проведения, что диктует и специфику драматургии события с опорой на личность интервьюируемого и особенности культурной ситуации», – замечает И.В. Иванова [5, 12]. Три стадии интервью (подготовительный этап, реализация широкой гаммы интенций в процессе беседы, последующий анализ языковой ситуации) формируют общую структурную схему публикации, базу которой составляет вопросно-ответный комплекс, как было отмечено выше. «Ключевые слова», рассредоточенные в основной части текста интервью, в концентрированном виде содержатся в его заголовочном комплексе, иначе говоря, в структурированной вербализации пропозиции» [3, 13].

Первоначальный этап работы над текстом интервью предполагает построение сюжетно-композиционной модели, то есть определение основных элементов текстовой конструкции интервью: заголовочного комплекса, лида, вступления, концовки, порядка расстановки вопросов и ответов на них.

«Особое внимание в газетном интервью, – замечает М.Н. Ким, – уделяется монтажу заголовочного комплекса, состоящего из таких

текстовых элементов, как название тематической полосы, рубрики, шапки, заголовков, подзаголовков, внутренние заголовки, лид, авторское вступление к интервью, различного рода врезки, прием «разработки мотива» и др.» [9, 317].

Для того, чтобы сориентировать читателя среди других газетных материалов, интервью публикуются под определенной тематической рубрикой, по названию которых аудитория печатного издания может определить: актуальность материала («Актуально»), источник информации («Мнение», «Из первых уст», «У нас в гостях», «Портрет недели»), номинацию героя произведения («Человек», «Общество»), тематическую направленность беседы («Медицинский калейдоскоп», «Закон и порядок», «Криминал», «Столица») и т. д.

Далее следует работа над заголовком, который, по мнению теоретиков, «является первым сигналом смысловой наполненности произведения» и «минимальной единицей речевой деятельности как целенаправленного речевого действия автора» [1, 59]. Как отмечает К. Прохорова, заголовок во многом «автономен, что подчеркивается и его независимым от текста положением, и семантической обособленностью» [15, 47]. Именно эта автономность заголовка от остального текста интервью определяет его двойственность. По мнению К.М. Накоряковой, «с одной стороны, заголовок самостоятелен, с другой – это элемент структуры произведения, действительно заголовок может быть прочитан вне связи с материалом, может быть осознан как элемент другой, более широкой системы – подборки, полосы» [13, 70].

На наш взгляд, именно такая двойственная природа заголовка позволяет журналистам в некоторых случаях заявлять в нем наиболее пикантную и броскую тему, чтобы тем самым заинтриговать читателя – например: «Б. Абдуразаков: *«Сейчас культ наворовать и отобрать»*», «Фабрика смерти», «Не хочу идти к людям, ведь я бомж...»; «Шавкат Бозоров: *«Цены в супермаркетах кусаются»*», «Зулайхо Махмадшоева: *«не хотелось бы попасть в руки гаишников»*» [7].

По мнению М.А. Кормилицыной, «в первую очередь читатель должен чувствовать важность передаваемой информации для себя, затем уже для общества. Кроме того, сама информация должна вызвать интерес, привлечь внимание. Именно для этого и

существует актуализация содержания публикаций, она необходима для помощи адресату в понимании текста и оценке передаваемой информации». Исследователь уверена, что «актуализация содержания публикаций происходит на макроуровне, уровне целого номера газеты, и микроуровне, уровне текста публикации и даже отдельных высказываний» [9, 14-17].

«Заголовок не должен отражать тему. Он должен привлекать внимание». Этот тезис был провозглашен еще в 60-70 гг. прошлого века известным американским медиа-магнатом Рупертом Мэрдоком, став основополагающим правилом. Сегодня данного правила придерживаются, быть может, только журналисты желтых и бульварных изданий. Журналисты качественных изданий стремятся отразить в заголовке наиболее интересный аспект темы произведения таким образом, чтобы он не только вводил читателя в курс дела, но и был бы при этом чрезвычайно привлекательным. Как справедливо замечает М. Лукина, «заголовок – первое, что привлекает внимание при взгляде на газетную полосу. Это, пожалуй, самый «коммерческий» элемент информационного продукта. Содержание и графическое оформление заголовка, его шрифт и кегль должны «зацепить», образно говоря, посадить читателя на «крючок», чтобы он не отложил газету, а прочитал все, «от корки до корки» [12, 155]. При этом заголовок может выполнять различные функции: контактная функция состоит в привлечении внимания читателя, конструктивная (наиболее употребляемая в жанре интервью) указывает на конструкцию материала, информационная заключается в констатации интересного факта. Также, по мнению О.И. Таюповой, заголовок интервью призван выполнять «номинативную, графически-выделительную, рекламно-прагматическую и прогностическую функции» [18, 135].

В процессе изучения материалов отечественных русскоязычных изданий мы пришли к убедительному выводу, что наиболее характерной особенностью заголовка интервью является принцип выделения главной мысли, высказанной героем произведения. Например: «А. Касымов: «В армии главное – боевой дух!», «С. Сафаров: «Противоречия вокруг Рогуна - временное явление», «А. Степаненко: «ЕГЭ не панацея от всех бед», «У.Назаров: «Не каждый наш студент идет работать в мечеть»;

«Файзали Курбоналиев: «Нужно бережно относиться к деревьям и саженцам», «Хуринисо Ализода: «Жить в городе легко, но быть горожанином трудно», «Мурод Узаков: «Я ни о чём не мечтаю»; «Х. Факеров: «Вместо школ будут только школы», «Муним Оламов: «Наш Рогун нужно показать ФЕАМу!» [7] и т.п.

На наш взгляд, использование подобного приема не случайно, поскольку, как считает К.М. Накорякова, «заголовок нельзя признать удачным, если он по смыслу, по эмоциональной окраске не создает того фокуса, вокруг которого естественно располагаются части материала, если он не является центром его логической, содержательной и образной структуры» [13, 71]. «Прагматический эффект такого рода заголовка, – дополняет Т.Е. Янко, – заключается в том, что таким образом автор воздействует на эмоциональную сферу потенциального читателя, и адресат, восприняв полученную информацию, переживает определенную эмоцию по отношению к ней. После прочтения заглавия у адресатов появляется собственный вариант понимания смысла заголовка и еще не прочитанного текста» [2, 106].

Однако при рассмотрении заголовков интервью в отечественной русскоязычной прессе необходимо отметить, что наиболее сильным прагматическим воздействием обладают заголовки, оформленные как вопросительные или восклицательные предложения, направленные на увеличение выразительности всего текста.

По мнению Н.В. Бычковой, «заголовки-вопросы являются характерной чертой современных публицистических текстов интервью» [1, 60]. Заголовки-вопросы являются эффективным средством, при помощи которого авторы приглашают читателя к размышлению над проблемами, обсуждаемыми в последующем тексте интервью, например: *«Кто они, поджигатели?» «Парковка вдоль дорог в столице уже стала нормой?», «Легко ли быть моделью в Таджикистане?», «1 очко на 500 человек. Почему в Душанбе нет туалетов?», «Заплатишь - получишь аттестат?» [7] и т.п.*

Заголовок, организованный в синтаксическом плане как вопросительное предложение, и последующий за ним текст представляют собой «специфическую вопросно-ответную форму, в которой задействован еще и читатель-интерпретатор» [1, 61].

Форма вопроса является удобной для передачи авторской интенции. В такого рода заголовках текстов интервью утрачивается схема вопросительности, информативность уходит на второй план и вопросительные по форме высказывания становятся так называемыми квази-вопросами. На первое место здесь выдвигается оценочность и функция прогнозирования содержания последующего текста [12, 61]. Проведенный нами анализ заголовков интервью в русскоязычных изданиях РТ позволил выделить наиболее частотные структуры вопросительных высказываний, использованных в этой роли. К ним относятся высказывания с вопросительными словами и вопросы, содержащие обращение.

Прагматический эффект вопроса в заголовке статьи заключается в том, что он подсознательно подталкивает читателя к поиску ответа на него, но для того, чтобы ответить на вопрос, нужно прочитать и осмыслить следующий за ним текст.

В некоторых случаях структурой вопросительных заголовков в публицистических интервью являются вопросы, содержащие обращения. В коммуникации обращение является единицей адресации, несущей контактоустанавливающую функцию. Основное синтаксическое свойство обращения заключается в том, что оно не вступает в грамматические связи с другими словами в предложении и обладает особой интонационной оформленностью. Обращение предстает в коммуникативной сфере, как речевой акт, т.е. минимальное перформативное высказывание.

С прагматической точки зрения вопрос, содержащий обращения, создает более реалистичную ситуацию общения. По мнению А.Ю. Масловой, «иллокутивной целью таких заголовков является приглашение потенциального читателя к обсуждению и совместному поиску общей перспективы в той или иной деятельности, к поиску выбора наиболее целесообразных из всех возможных вариантов в решении некоторой проблемы» [1, 16]. Они как бы воспроизводят процесс авторской рефлексии и заставляют задумываться над поднятыми проблемами читателей издания, например: «*Что вы думаете о пользе фитотерапии?*», «*Доверяете ли вы медикам?*» [6].

К заголовочному комплексу относятся и заголовки различных главков в интервью. Разделение большого текста на отдельные

самостоятельные части также рассчитано на то, чтобы сконцентрировать внимание читателя на содержании. Журналист использует врезки в начале публикации, размещает в тексте изолированные фрагменты текста с самыми важными мыслями и оценками автора, используя для их выделения разные шрифты и другие графические средства [10, 14-17].

Такой монтажный подход, по мнению М.Н. Ким, позволяет:

- 1) разбить все произведение на тематические блоки;
- 2) в каждом таком блоке рассмотреть тот или иной конкретный вопрос;
- 3) выстроить все части по принципу сюжетного развития: от завязки до кульминации;
- 4) с помощью логических мостиков придать тексту целостность [9, 319].

В русскоязычных изданиях РТ, в частности, в газете «Азия-Плюс», подобный подход достаточно распространен, особенно в публикациях, характеризующихся большим масштабом текстового пространства. В качестве примера можно привести интервью с генеральным директором авиакомпании «Сомон Эйр» Ллойдом Пакстоном. Текст разделен на следующие главки: «Первые реформы», «Я люблю дисциплину», «Планы на будущее». Каждая из главок подчинена определенному контекстуальному руслу, создающему в совокупности общее тематическое единство интервью. Например, заголовок главки «Планы на будущее» красноречиво указывает на то, что в данный момент разговор собеседников акцентируется на перспективах авиакомпании:

«ПЛАНЫ НА БУДУЩЕЕ»

- Собирается ли «Сомон Эйр» пополнять свой авиапарк?

- В настоящее время нет необходимости в увеличении количества самолетов, планируем использовать существующие активы надлежащим образом. В будущем планируем использование маленьких турбовинтовых самолетов на короткие расстояния, на некоторых региональных и внутренних направлениях.

- Что вы можете уже сейчас пообещать своим пассажирам? Новые авиасообщения, уровень обслуживания?

- На сегодняшний день все наши усилия в первую очередь должны быть направлены на достижение компанией «Сомон Эйр» сертификации EASA, IOSA и международных стандартов. Также

хотел бы произвести замену всей мебели и других принадлежностей на борту наших самолетов (столовые принадлежности, белье и т.п.), организовать дополнительные тренинги для бортпроводников в целях улучшения качества обслуживания пассажиров» [19].

Рассуждая об организации текстов СМИ, В.Г. Костомаров говорит об их «блочном» синтаксисе: «Текст стал строиться из блоков, так сказать, разделяющих информацию по легко проглатываемым порциям, что обеспечивает оперативность и незатрудненность ее восприятия» [11, 197]. На газетной полосе публикация в жанре интервью, построенная по такому принципу, равномерно распределяет внимание читателя в пространстве произведения.

Не менее важную функцию в структурно-композиционном плане интервью выполняет лид или первый абзац текста, который обычно выделяется в публикации жирным шрифтом, редко курсивом, и состоит из не более трех-четырёх предложений. Лид содержит в себе основную информацию, о которой более подробно будет говориться в тексте материала.

Лид подобно заголовку помогает журналисту заранее настроить читателя на определенное восприятие последующего текста интервью. Как правило, именно в тексте лида автор публикации выражает свое отношение к респонденту или приводит какие-то положительные либо отрицательные сведения из его биографии, влияющие на оценку личностных качеств этого человека читателем.

«Лид обычно сообщает основные данные о человеке – его род деятельности, регалии, достижения, – отмечает С. И. Галкин. – То есть журналист как бы объясняет читателю, почему именно этого человека он выбрал в качестве героя для своего интервью» [4, 78]. Например:

«Мохнайкар Ёрова одна из самых востребованных актрис отечественного кино и театра, которую приглашают сниматься на все кассовые фильмы, которые производятся нашими отечественными киношниками и не только» [7].

Или другой пример:

«Бунафша Мукимова одна из тех певиц, которая, как говорится, предпочла семейную жизнь сцене. Она не то, что бы

полностью отошла от сцены и посвятила себя заботам о муже и ребенке. Энергичная и жизнерадостная Бунафша, талантливая певица, счастливая жена и мать, которая успевает записывать новые песни, выступать на праздничных мероприятиях, корпоративах и свадебных торжествах, а также поддерживать в порядке свой дом и обеспечивать заботу любимой семье. Услышав нашу просьбу об интервью, Бунафша настоятельно пригласила нас к себе домой, предпочтя живую беседу телефонной или электронной» [6; 58].

В интервью с экспертом лид, как правило, концептуальный, поскольку «формулирует установочное положение на восприятие и осмысление собственно экспертного мнения и вводит читателя в атмосферу беседы» [8; 56]. Например: «*Торговля всегда является предметом обсуждения. То, как осуществляется торговля продовольственными и промышленными товарами, что продают на рынках столицы, как нас обслуживают, всегда было и будет вопросом номер один. Каждый из нас является покупателем*» [7].

Содержательная часть интервью представлена системой вопросов-ответов и отражает логико-интеллектуальный диалог собеседников интервью, когда вопрос порождается предшествующим ответом. Другими словами, текстовое пространство интервью в структурно-композиционном аспекте представляет собой тесное взаимодействие вопросно-ответных реплик, характеризующих коммуникативную деятельность интервьюера и интервьюируемого. То есть «таким вопросно-ответными единствами, которые нельзя переставить местами» [5, 47]. Композиция этой, главной, части интервью зависит от преобладания событийного или описательного начала в фиксируемой информации и от смысловой связи вопросов. Умение сформулировать вопрос – важнейшее условие успеха интервью. Справедливо мнение, что «большинство неудачных ответов, не устраивающих журналиста, – следствие неверно заданных вопросов. При предварительной подготовке вопросов и во время их уточнения по ходу беседы журналист ориентируется на собеседника, стремясь полнее раскрыть тему, акцентировать тот аспект, который будет интересен и интервьюируемому, и читателю» [5, 214].

Доминантой данного текстового пространства выступают

ответные реплики интервьюируемого, представляющие собой «вербальную репрезентацию ментальной сущности определенного стиля мышления (синтетического, прагматического, аналитического, реалистического или идеалистического)» [16, 99].

В независимости от вопросного пространства интервьюера (его стиля мышления) в тексте интервью доминируют ответные конструкции интервьюируемого. При этом диалогический синтез реплик помогает определить стратегию разговора и представить интервью в качестве речевого целого – завершенного текста, целостно выражающего адекватные коммуникативные намерения автора. В некоторых интервью, написанных профессионалами, заметно осознание журналистами высокопрофессиональной стратегии и тактики своего поведения: налицо подготовительная работа по сбору сведений о ситуации и профильных знаниях эксперта, глубокое погружение в тему, корректное взаимодействие с партнерами по общению в процессе обмена коммуникативными стимулами, взаимно побуждающими к размышлению.

Доминантность стиля мышления интервьюируемого обусловлена когнитивностью его текстового пространства. Однако, анализируя ответы на те или иные вопросы, журналисту необходимо обращать внимание на то, насколько последовательно развивается мысль собеседника, выявить ее логическое развитие. Как утверждал в свое время известный русский оратор М.М. Сперанский, есть два правила расположения мыслей. Исходя из первого правила, «все мысли в слове должны быть связаны между собой так, чтоб одна мысль содержала в себе, так сказать, семя другой. Второе правило в расположении мыслей состоит в том, чтобы все они подчинены были главной... Во всяком сочинении есть известная царствующая мысль, к сей-то мысли должно все относиться. Каждое понятие, каждое слово, каждая буква должны идти к сему концу, иначе они будут введены без причины, они будут излишни...» [8, 88-89].

Текст интервью отличается от всех остальных жанровых форм газетных публикаций тем, что не имеет четкой композиционной архитектоники, структурные составляющие представлены различным сочетанием вопросов, ответов, комментариев. Композиция интервью зависит от размещения вопросов и связи между ними. А.А. Тертычный выделяет интервью со «свободной

композицией» и интервью, композицию которых составляет «импровизированная беседа» [6, 72].

Интервью со свободной композицией, по мнению А.И. Дубских, отличается тем, что вопросы в нем можно переставлять, так как они объединены лишь своей широкой тематикой, изменение места вопроса не влияет на течение разговора [5, 47].

В свою очередь «композиция импровизированного интервью, – отмечают составители учебника «Социология журналистики», – представляет собой совершенно иной тип отношений вопросов и ответов, при котором «вопрос порождается предшествующим ответом собеседника, вследствие чего перестановка вопросно-ответных единств невозможна» [17, 210]. Ход такой беседы непредсказуем, либо прогнозируется лишь в общих чертах, роль журналиста сводится к тому, чтобы не дать собеседнику уйти от интересующей темы.

К примеру, типичная композиция всех моделей портретного интервью представлена типом импровизированной беседы, то есть «такими вопросно-ответными единствами, которые нельзя переставить местами» [5, 47]. Предполагается, что журналист в таких случаях следует исключительно за ответами интервьюируемого, то есть его вопросы возникают спонтанно по ходу беседы. «Сила информационного воздействия интервью – в неформализованности общения, в умении не подавлять собеседника эрудицией, а «сопрягать» его видение предмета со своим собственным, не подталкивать партнера к тем фактам и явлениям, которые могут быть ему неизвестны...» [6, 217]. «И, наоборот, – советует Урмас Отт, – не смущайся своей неосведомленности в том или ином вопросе: частичное незнание скорее может даже активизировать беседу. Важна искренняя заинтересованность обоих участников беседы» [14, 20]. Однако, как показывает анализ, в процессе подготовки к интервью журналист очерчивает определенный круг тем, которые получают развитие в форме импровизированной беседы, то есть вопросы в интервью предопределяют следующую тему, запланированную журналистом в процессе подготовки беседы, затем следующую и так далее. Четко продуманная структура организации этой беседы в виде текста интервью в газете придает модели этого жанра логическую завершенность, способствует раскрытию обсуждаемой темы.

Литература

1. Бычковская Н. В. Заголовок массмедийного интервью в аспекте лингвистической прагматики // Российский гуманитарный журнал. – 2016. – Вып. 1 / Т.5. – С. 58-65.
2. Вакуров В.Н. Стилистика газетных жанров / В.Н. Вакуров, Н.Н. Кохтев, Г.Я. Солганик. – М., 1978. – 234 с.
3. Вахтель Н.М. Высказывание в позиции газетного заголовка : семантика и прагматика: Автореф. дис. ... док. филолог. наук. – Воронеж, 2005. – 31 с.
4. Галкин С.И. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала: Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 232 с.
5. Дубских А.И. Реализация коммуникативной стратегии самопрезентации личности в масс-медиаальном дискурсе: Дис. ... канд. филолог. наук. – Челябинск, 2014. – 225 с.
6. Кадырова Г. Бунафша Мукимова: «Он знает все мои песни наизусть...» // Дайджест-Пресс. – 2013. – 12 сент. – №37 (977).
7. Кадырова Г. Я все еще не нашла своего режиссера // Дайджест-Пресс. – 2013. – 10 окт. – №41 (981).
8. Ким М.Н. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2011. – 400 с.
9. Клычева А. Шавкат Бозоров: «Цены в супермаркетах «кусаются» // Вечерний Душанбе. – 2013. – 26 сент. – № 40 (827).
10. Кормилицына М.А. Актуализация содержания публикаций в современной прессе как способ реализации собственно коммуникативной составляющей компетенции журналиста // Проблемы речевой коммуникации: Межвуз. сб. науч. тр. / Под ред. М.А. Кормилицыной. – Саратов, 2010. – Вып. 10. – 236 с.
11. Костомаров В.Г. Наш язык в действии. – М., 2005. – 287 с.
12. Лукина М. Технология интервью. Учебное пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 191 с.
13. Накорякова К.М. Литературное редактирование материалов массовой информации. – М., 1994. – 432 с.
14. Отт У. Вопрос + ответ = интервью. – М., 1991. – 384 с.

15. Прохорова К. Заголовочный комплекс как текст // Невский наблюдатель. – 1997. – № 1.
16. Скворцова В.А. Текстовое пространство интервью: модель организации // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 2: Филология и искусствоведение. – 2011. – Вып. 3. – С. 99-102.
17. Социология журналистики: Очерки методологии и практики. Под ред. С. Г. Корконосенко; А. В. Лисовский, В. Т. Лисовский, С. М. Виноградова и др. – М.: Гендальф. – 1998. – 255 с.
18. Таюпова О.И. Заголовок в публицистическом дискурсе // Современные концепции научных исследований: Материалы 15 Международной научно-практической конференции. Москва, 25-27 июня 2015 г. – М., 2015. – №6 (15). Ч. IV. – С. 137-139.
19. Турсунзода М. Глава «Сомон Эйр»: «Таджикистан нуждается в профессионалах» // Азия-Плюс. – 2013. – 3 янв. – №91 (778).
20. Чихачев В.П. Речевое мастерство пропагандиста. – М., 1987. – 140 с.

**ОСОБЕННОСТИ ОТРАЖЕНИЯ ПРОБЛЕМ
ТАДЖИКСКОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ
В ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ
(ПО МАТЕРИАЛАМ ГАЗЕТЫ «ДЖУМХУРИЯТ»)**

Бегматова Нигина Бозоралиевна
соискатель кафедры истории и теории
журналистики и электронных СМИ
Российско-Таджикский (славянский) университет
b-nigina@mail.ru

Проблема идентичности многогранна. Она включает в себя не только смыслообразующий для каждого индивида и каждой культуры вопрос «Кто мы?», но и имеет своим предельным основанием самый глубокий метафизический вопрос: «Что есть человек?». В связи с этим показательное высказывание Н. Моисеева, который говорит о том, что «формирование нации, этноса сложнейший динамический процесс и пока нам очень малопонятный. Мы знаем только, что этнос рождается, причем это рождение окружено тайной. Он достигает своего рассвета и однажды приходит в упадок, давая материал для появления нового этноса» [1, 351].

В современном мире процесс глобализации актуализирует вопрос о глубинных основаниях подлинного бытия человека, т.е. ставит вопрос о глобальной идентичности, что связано с изменением роли национально-этнической и государственной идентичности в глобализирующемся мире.

Общество не может устойчиво существовать и развиваться без ощущения граждан своей принадлежности к определенной культуре, родине и нации в ее современном понимании. Идентичность в зависимости от ее преобладающих характеристик может стать важным ресурсом развития, использование которого обеспечивает модернизацию общества. Название страны, общая история, язык, религия, флаг и национальный гимн, культура и обычаи, национальная экономика, особенности природы страны названы экспертами символами, объединяющими таджикский народ.

В деле формирования национальной идентичности, пропаганде идей национального самосознания особую роль играют СМИ. В Республике Таджикистан одним из таких важных изданий является правительственная газета «Джумхурият». Данный печатный орган, уделяя пристальное внимание освещению вопросов национальной идентичности, воздействует на формирование национального самосознания среди широких масс.

Газета «Джумхурият» (тадж. Ҷумхурият – Республика) – общественно-политическая и деловая газета на таджикском языке, которая в настоящее время является официальным печатным органом Президента Республики Таджикистан и Правительства Республики Таджикистан. Газета была учреждена 15 марта 1925 г. и ее первый номер назывался «*Иди тоғики камба ал*» («Праздник таджика-бедняка»). Со второго номера она стала называться «Бедории тоғик» («Пробуждение таджика»).

В начале июня 1925 г. газета «Бедории тоғик» («Пробуждение таджика») стала официальным органом партийной организации Таджикистана и правительства республики, первый номер которой, как было сказано выше, вышел 15 марта 1925 г. Второй номер газеты появился лишь 5 апреля 1925 г. За март-декабрь 1925 г. вышло всего 25 номеров. Тираж издания за этот период составил 1000 экземпляров. Первым редактором газеты «Бедории тоғик» был Аббос Алиев. С выходом в свет газеты на родном для таджиков языке использование этнонима «таджик», под которым начали объединять все персоязычное население Средней Азии, начал приобретать *устойчивый и естественный характер*. Этноним «таджик» сознательно и целенаправленно использовался в заголовках и названиях газет. Главными причинами такого сознательного и целенаправленного, даже отчасти лишнего использования этнонима «таджик» был подъем национального самосознания всех таджиков.

«Овози тоғик» («Голос таджика» – 1924-1929 гг.) – еще одно историческое название. «Овози тоғик» называют родоначальником таджикской печати. Это связано не только с тем, что она была первой газетой, но и с тем, что благодаря ей появились и другие издания, в частности, газеты «Райнамои мухбирон» («Путеводитель корреспондентов»), «Саводи магнат» («Знание труда»). Роль «Овози тоғик» в становлении таджикской

печати, ее место в истории культуры таджикского народа не стала до сих пор предметом специального монографического исследования.

Что касается современной газеты «Джумхурият», то данный печатный орган наиболее часто обращается к освещению событий, происходящих как в Таджикистане, так и за рубежом. Аналитика и комментарии, обзор вопросов политики и экономики, социально-правовые, события культурной и спортивной жизни также не остаются без внимания издания. Одной из важных вопросов, которую освещает газета за последние десять лет, является тема национальной идентичности таджиков. Анализ материалов СМИ в период 1999-2010 гг. показывают, что проблема осознания национальной идентичности граждан Республики Таджикистан отражается и влияет на разные аспекты жизнедеятельности страны.

Следует отметить, что идеи национальной идентичности и патриотизма невозможно формировать без их пропаганды, разъяснения и освещения. Существенную роль в этом, несомненно, призваны сыграть отечественные средства массовой информации.

Среди особенностей освещения темы национальной идентичности и самосознания граждан по материалам газеты «Джумхурият» можно выделить три основные:

1. Проблемы патриотического воспитания;
2. Проблемы исторического самосознания;
3. Проблемы функционирования государственного языка.

В настоящей статье мы рассмотрим публикации, касающиеся проблемы патриотического воспитания, которые непосредственно влияют на формирование национальной идентичности таджикского народа, в том числе материалы газеты о флаге, гербе, гимне, армии, энергетической и коммуникационной независимости, о дне независимости, о дне национального единства и т.п. – о том, что непосредственно влияет и составляет нашу национальную идентичность.

Изучая особенности освещения вопросов национальной идентичности, мы проанализировали ряд публикаций газеты «Джумхурият», в которых затрагивается проблема национальной идентичности, и попытались проанализировать статьи, которые отражают данную проблему в разных отраслях жизни и деятельности граждан Таджикистана. Так, в статье Абдурахима

Абдулло, доцента Технологического университета Таджикистана «*Мо киём ва ба куго равонаем?*» («*Кто мы и куда направляемся?*») затрагивается проблема национального самосознания и идентичности. Автор данной публикации отмечает, что «в сталинские времена, когда на территории Средней Азии было сильное влияние внедрения пантюркизма, устод С. Айни и другие не позволили изменить историю и корни таджикской нации. В том числе, работа Б. Гафурова «Таджики» была принята мировым сообществом как вклад в научно-культурную и историческую цивилизацию, которая показала тысячелетнюю значимость нации и современное самосознание таджиков при всей драматичности и достижениях. Естественно это не могло не послужить краеугольным камнем национальной идентичности. Истоки национальной идентичности в создании и существовании государств Сосанидов, Тахиридов, Сафаринов, Саманидов и Бухарского Эмирата зарождались именно тогда вместе с историей таджикского народа. В новейшей истории, охватывающей Таджикистан в составе СССР, образование-восстановление государственности и наконец сегодняшний независимый Таджикистан, нужно постараться извлечь уроки из прошлого» [2].

Фарходи Карим, директор издательства «Адиб», в своей статье: «*Сладкие плоды древа Независимости*» («*Мевайои ширини дарахти Истиқлол*») пишет следующее: «Нет лучшего блага чем свобода и независимость. Без такого блага никто не радостен и опрятен» («*Неъмате беҳтар зи озодиву истиқлол нест. Бе чунин неъмат касе озодаву хушҳол нест!*»). Далее Фарходи Карим отмечает вклад интеллигенции в развитие и повышение уровня образования, в повышение чувства патриотизма, а также священного долга перед Родиной, защиты своих национальных ценностей – языка, национальных символов – флага, герба, государственного гимна и религии. Организация ряда культурно-образовательных мероприятий, таких как ярмарка книг, журналов издательства «Адиб» на таджикском литературном языке помогает таджикской молодежи глубже ознакомиться с историей таджикского народа, литературой, великими классиками, с творчеством современных поэтов и писателей [3].

В этом ключе следует также обратить внимание на статью профессора Таджикского Национального университета Абдурахима

Махмадова под заголовком «*Идеяи миллӣ – роӣбалади зиндагии ӯиоиста*» («Национальная идея – проводник достойной жизни»). В вводной части материала автор цитирует слова президента РТ: «... мы должны стараться, чтобы воспитать своих детей в духе национального самосознания и высокого патриотического чувства, чтобы в будущем они высоко подняли честь и достоинство благородной таджикской нации». По мнению Абдурахима Махмадова, каждый гражданин должен ставить превыше всего национальные интересы государства и нации. Также он предлагает создать специальную национальную идею, которая могла бы сплотить всех нас и достойно представить Таджикистан на международной арене [4].

Воспитание и национальная гордость является важными факторами в развитии и процветании страны, самопознание и самосознание, высокое чувство любви к Родине порождают национальную идею.

Одним из основных символов национальной идентичности, сплоченности народа Таджикистана, а так же показателем национального единства таджиков непосредственно является флаг

Флаг – символ национального единства, сплоченности, национальной идентичности всех народов Таджикистана.

Подтверждением этого можно привести статью «*Парчами нангу номи мо*» («*Знамя нашей чести*»). В качестве яркого примера значимости и роли флага в создании национальной идентичности автор приводит слова Лидера нации – Основоположника мира и единства, Президента РТ Эмомали Рахмона, где, в частности, говорится: «*Парчами имрузаи давлатӣ яке аз рамзҳои муҳими истиқлолияти миллӣ ва давлатдории муосири мо, таҷасумгари асосҳои таърихи ва рамзҳои давлатдории гузаштаи тоҷикон, инчунин ифодакунандаи мақсаду маром ва орзуву ормонҳои тамоми мардуми Тоҷикистон мебошад*» («Наш государственный флаг является одним из символов национальной независимости и нашей современной государственности, основой истории и символом исторического прошлого таджиков, выражающий надежду, веру и мечты всего народа Таджикистана») [5].

Одним из показателей осознания национальной идентичности с точки зрения экономической составляющей страны является

статья Н. Худойбахша под названием «*Майсулоти ра обатпазири ватанӣ торафт меафзояд*» («Конкурентноспособность производства Таджикистана с каждым годом возрастает») [8]. Автор данной публикации пишет о промышленном производстве страны, экспорте и импорте пищевой продукции, развитии сферы отечественной производственной продукции. Также анализируется количество промышленных предприятий. Если в 1991 г. количество производственных предприятий составляло 92, то уже к 2012 г. их количество превысило более 600 единиц.

В публикации другого автора А. Солихиёна под заголовком «*Тоҷикистон ба истиқлоли энергетикӣ даст хоҳад ёфт*» («Таджикистан достигнет энергетической независимости») подробно говорится о том, что Таджикистан обладает огромными гидроэнергетическими запасами. Их освоение для развития страны, укрепления её позиций на международной арене – главнейшая наша задача. Затрагивая вопрос гидроэнергетического потенциала, Солихиен отмечает, что «в свое время построенные Варзобская, Кайракумская ГЭС, а после и Нурекская ГЭС дали сильный импульс развития экономики Таджикистана. Нурекская ГЭС – всесоюзная стройка, была визитной карточкой нашей страны и таковой является до сих пор». По мнению А. Солихиёна, это один из символов национальной идентичности в форме дружбы народов, принятие культуры других народов и представление своей культуры другим [6].

Независимый Таджикистан стремится к экономической независимости, а она может быть создана на энергетической независимости, и это является приоритетным направлением политики правительства. Благодаря этим стратегическим направлениям Таджикистан вышел из коммуникативного тупика, открыты дороги в Китай, Афганистан, Киргизстан и т.д. После достройки Рогунской ГЭС и достижения энергетической независимости решен будет и вопрос продовольственной безопасности. Рогун становится брендом Таджикистана, опорой национальной идентичности и нашей нации, которая образовала процветающее государство. Экономика Таджикистана развивается, и это дает толчок для развития культуры, науки, литературы,

изучения истории, что еще больше развивает и укрепляет нашу национальную идентичность в глобально развивающемся мире.

Фундаментальную роль в формировании и упорядочении национального самосознания граждан в свою очередь играет Конституция Республики Таджикистан. В связи с этим особый интерес представляет статья Халифабобо Хомидова *«На ши конституция дар раванди давлатсозӣ аз нигоҳи президенти Тоҷикистон Эмомали Раӣмон»* («Роль конституции в процессе государственного строительства с точки зрения Эмомали Рахмона»). В канун 15-летия Конституции автор пишет: *«Со стороны некоторых ученых, в частности горного Бадахшана, предлагалось государственное устройство Таджикистана, как федеративное или конфедеративное в новом проекте Конституции, глава государства заявил, что «Таджикистан должен быть и будет единым государством, мы небольшое государство и население не много. Если мы это сделаем, нас постигнет участь государства Саманидов. Каждый таджикистанец, кто любит свою священную землю, должен беречь свою Родину, свою историю, свою культуру».*

Конституция Таджикистана всем гражданам дает равные права в суверенном, демократическом, правовом и неделимом государстве. Отсюда мы можем подтвердить тот факт, что целостность государства – составная часть национальной идентичности. Сильная центральная власть и права и обязанности местной исполнительной государственной власти, в том числе отдельно по ГBAO, роль и место Парламента, Правительства, Президента, Конституционного Суда, права и свободы человека приняты всеобщим голосованием, так же принята и Конституция волеизъявлением народа [7].

Рассмотрев данные публикации, мы пришли к выводу, что без целостности государства, правильного понятия и строительства государственности, без ощущения полной энергетической независимости, к чему стремятся все граждане Таджикистана и правительство РТ, прилагая все усилия, без мощной армии и мужественных сыновей Родины, готовых защищать честь, мир и спокойствие в своей стране, без сильной экономики и развитой промышленности, высокого уровня образования, национальная идентичность неполноценна. Идентичность нации определяется не

только сознанием принадлежности к древней нации и наличием древней истории, культуры и т.п., что без исключения является важной основой национального самосознания, но и перечисленные выше достижения помогут укрепить позиции Таджикистана на международном уровне.

Таким образом, как следует из вышеизложенного, освещению проблем национальной идентичности граждан Таджикистана газета «Джумхурият» уделяет особое внимание. Такой интерес со стороны данного печатного органа обусловлен прежде всего происходящими идейно-политическими процессами в республике. Ряд подшивок материалов газеты показал, что отражение вопросов национальной идентичности является одним из приоритетных направлений для данного издания, и это неслучайно, поскольку пропаганда идей и укрепление национального самосознания занимает ведущую позицию во внутренней политике независимого Таджикистана. Естественно в этом ключе СМИ, будучи «глазами и ушами» общества, играют колоссальную роль в распространении и агитации среди широких масс идей национального самосознания.

Литература

1. Моисеев Н. Человек и ноосфера. – М: Молодая гвардия, 1990. – С. 351.
2. Абдулло А. Мо кием ва ба кучо равонем? // Джумхурият. – 2013. – 15 янв. – № 11-12.
3. Карим Ф. Мевайои ширини дарахти Истиклол // Джумхурият. – 2013. – 25 апр. – № 58 (22195).
4. Махмадов А. Идеяи миллҷ – роӣбалади зиндагии шоиста // Джумхурият. – 2013. – 18 апр. – № 55 (22192).
5. Рахим А. Парчами нангу номи мо // Джумхурият. – 2011. – янв. – № 1-2 (21 817-818).
6. Солихиёна А. Тоҷикистон ба истиқлоли энергетикӣ даст хоҳад ёфт // Джумхурият. – 2011. – 1 янв. – № 1-2.
7. Хомидова Х. На ши конститутсия дар раванди давлатсозҷ аз нигоӣи президенти Тоҷикистон Эмомали Раҳмон // Джумхурият. – 2009. – 20 окт. – №25.
8. Худойбахш Н. Маҳсулоти рақобатпазири ватанӣ торафт меафзояд // Джумхурият. – 2013. – 7 май. – №63 (22200).

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ ЖУРНАЛОВ: КАК В РОССИЙСКИЙ ГЛЯНЕЦ ПРИШЛА ПОЛИТИКА?

Гайсина Лилия Юсуповна

соискатель кафедры печатных СМИ и PR
Российско-Таджикский (славянский) университет
gaisinalilia@mail.ru

Смена политического режима в России повлекла за собой не только изменения в политической и экономической жизни этой страны, но и привнесла новые социальные модели поведения. До распада Советского Союза официальной идеологией населения современной России являлось стремление к коммунизму; уже в 70-е годы население слабо верило в лозунги на красных знаменах, ближе к распаду СССР от старой идеологии отказалась большая часть прогрессивного общества. Причем этот отказ происходил на фоне колоссального разложения экономики, обнищания населения, социальной напряженности; в этих условиях новая власть должна была предоставить гражданам новую «религию», которая могла бы отвлечь от бытовых проблем, и их выбор был сделан в пользу свободы, в которой отчаянно нуждались граждане СССР.

Еще в 80-е годы элементами свободы для советского населения являлись такие бытовые возможности, как приобретение товаров зарубежного производства. В следующее десятилетие эти возможности россиянам предоставили – границы стали открытыми. Однако в 90-е годы у населения не хватало средств, чтобы удовлетворить свои потребности, и желание потреблять не получило свое удовлетворение.

Все изменилось, с началом нулевых годов: рост стоимости энергоресурсов, относительная политическая стабильность и развитие бизнеса в России привели к тому, что в этой стране появилась тенденция роста среднего класса. Конечно, об этом явлении в российской новой действительности современные социологи продолжают вести дискуссии и сейчас: «Действительно ли в начале нулевых был сформирован средний класс?», «Чем он отличается от западного типа?» и т.п., но факт остается фактом – население России стало жить лучше.

Например, в 2012 году был опубликован совместный доклад российского «Центра стратегических разработок» и Центра социальной политики ИПЭИ РАНХ и ГС при президенте РФ под названием «Прощай, нищета!». Авторы пришли к выводу, что в нулевые годы происходило активное становление общества массового потребления и формирование среднего класса западного типа. Численность среднего класса достигла 25% от общей численности жителей страны, трети взрослого населения, 40% работающих граждан, почти половины работающих в крупных городах.

В качестве доказательства использована статистика: реальные доходы населения увеличились в 2,5 раза при незначительном росте коэффициента Джинни (характеризует степень отклонения между равномерным и фактическим распределением доходов населения) — 0,40 в 2000 г. и 0,42 в 2011 г. С 42 до 18 млн. человек или с 29% до 13% населения сократилась бедность, что подтверждают и сравнения с американскими стандартами: сокращение в 2,4-2,5 раза с 64,4% в 1999 г. до 30,6% в 2010 г.

Есть и другие исследования на эту тему, которые убедительно доказывают то, что благосостояние населения России стало увеличиваться, однако, учитывая тему нашей статьи, мы не будем широко освещать этот вопрос, позволив себе отметить, что вместе с ростом благосостояния в России начался рост потребления.

Ведь именно в нулевые годы желание российских граждан (сформированное еще в советские времена ввиду ограниченного рынка) начало совпадать с их возможностями (в связи с ростом благосостояния). При этом, получив доступ к безграничному рынку товаров и услуг, населению России не так легко было в нем сориентироваться; спрос на гидов по новой реальности начал набирать обороты, тогда же появилось и предложение. В качестве гидов для россиян выступили глянцевые журналы.

Этот тип изданий, по мнению исследователей, включал в себя, следующие характерные признаки [5]:

Первый. Он в слове «глянцевые». Эти журналы выходят, как правило, раз в месяц, и они намного толще, чем еженедельные. Значит, читаются долго, часто переходят из рук в руки. Поэтому даже из чисто практических соображений они печатаются на более

плотной бумаге и имеют прочную глянцевую обложку, что, кстати, существенно влияет на их цену.

Второй. Касается понятия «LifeStyle». Читая журнал «LifeStyle», человек получает более или менее полное представление о стиле жизни той социальной группы, к которой принадлежит или хочет принадлежать. Причем получает эту информацию, касающуюся самых разных сторон своих отношений с миром, человек между строк впитывает философию, образ мыслей, способы коммуникации и вообще язык (в широком смысле слова), которые присущи этой социальной группе.

Третий. Признаком этих изданий является высочайшее полиграфическое качество. Иллюстрации в этих журналах представляют собой ярчайший пример использования всех информативно-изобразительных и художественно выразительных возможностей современного фотоискусства. Это очень важно, ведь приобретая журнал, читатели в первую очередь обратят внимание на его красочность, качество бумаги и четкость исполнения печати.

Четвертый. Этот признак плавно вытекает из предыдущего: глянцевые журналы не читают, а смотрят. Окружающая среда современного человека представляет собой особое визуальное пространство, все тяготеет к наглядности.

Пятый. Глянцевый журнал, продукт массовой культуры, который рассчитан на отдых читающего, поэтому он полностью избегает серьёзных тем, аполитичен и создает иллюзию вечного праздника жизни. Избираются наиболее выигрышные темы, из поля зрения удалены все проблемы и сложности, таким образом, у читателя создается иллюзия о собственной «глянцевой» жизни. Исходя из этих признаков, А. Поликовский в материале «Продвинутое чтение», опубликованном в «Новой газете» (№54, 02.08.2001), утверждает, что «глянцевых журналов множество, но перечень их тем на удивление скуден: еда, секс, покупки, курорт, гигиена. Они отличаются не направлением (оно у всех одно), не стилем письма, даже не дизайном, а по половому признаку – журналы для мужчин и журналы для женщин. И это неудивительно: никаких иных индивидуальных признаков у существ новой синтетической эпохи не бывает. Они не думают. Они не имеют политических или моральных убеждений» [3].

Кроме того, с самого начала появления глянцевого журналов на рынке российских СМИ понятие «глянец» стало тесно перекликаться с термином «гламур». Есть предположение, что слово «гламур» вообще попало в сленг модной московской молодежи в начале 90-х, когда в Москве появились первые иностранные глянцевые журналы.

При этом само слово «гламур» (от англ. *glamour* – чары, очарование) российские исследователи определили, как продукт глобализационных технологий, направленных на унификацию и усредненность любых поставляемых на художественный рынок символических ценностей. А идеология гламура, по сути, идеология преуспевающего среднего класса, озабоченного комфортным жизненным дизайном и не желающего кардинальных социальных перемен.

Впрочем, специалисты, непосредственно производящие глянцевую продукцию, в своих мнениях не столь категоричны.

«Эти понятия очень близкие. Глянец – *glossy* – это то, что блестит, сверкает, сияет. А гламур – *glamour* – никто толком не знает, что это такое, – объяснял «Независимой газете» редактор российской версии французского издания *Citizen K* Сергей Николаевич в 2007 году. – Воплощение мечты о чем-то несбыточно прекрасном. Голливудские мюзиклы, Катрин Денев в «Дневной красавице», королевский выезд в золотой карете на открытие очередной сессии английского парламента. Гламур – это порода, класс, гордая спина. Вершинным образцом русского гламура для меня является Майя Михайловна Плисецкая. Таких женщин больше уже нет ни в балете, ни в жизни» [2].

Или: «Что касается «гламура» – с ним действительно проблемы. Строго говоря – это 20-е, 30-е годы, Голливуд, Марлен Дитрих и Грета Гарбо. Это желание быть как недостижимые голливудские дивы, – объясняла это понятие Анна Баринова, которая с 1997 по 2006 годы была главным редактором российского издания *Marie Claire*. – К сожалению, наши звезды, я вынуждена это констатировать, не являются носителями стиля. Думаю, проблема здесь чисто экономическая. Наши звезды не оплачиваются так, как оплачиваются и оплачивались голливудские. Любой глянцевый журнал возьмите, сравните, кто и как одет, – на Западе иконой стиля неизменно будет медийное лицо, в России –

это редкий случай. У нас эти функции выполняются и выполнялись женами олигархов, уже сейчас – дочерьми. Те люди из них, которые хотят быть знаковыми маяками, не всегда хотят «светиться», а те, кто застолбился на звездном небосклоне, не всегда вызывают у широких народных масс желание подражать. Поэтому к понятию «гламур» у нас принято подверстывать все что угодно и допускать на эту тему разного рода спекуляции» [10].

О том, что герои западных глянцевого журналов и российских – это разные категории людей, говорит и Николай Усков, в разные годы возглавляющий российскую версию журнала GQ, проект «Сноб», а в 2016 году занявший должность главного редактора российского Forbes.

«Западное общество давно устоялось и окостенело. Если ты родился в семье бухгалтера, ты едва ли сможешь перепрыгнуть через одну-две ступени социальной лестницы. Единственный канал для вертикального взлета человека – это шоу-бизнес. Поэтому западный глянец, главным образом, посвящен звездам шоу-бизнеса. В России же Голливуд – это деньги и власть. Вчера ты жил в коммуналке и разгружал вагоны – а сегодняходишь в сотню самых богатых людей планеты. Вот где кружится голова русского человека. Наш Бред Питт – это Михаил Прохоров, если хотите. В России другие герои, а потому и более серьезная тональность журнала в целом. Русский же шоу-бизнес слаб и вторичен. Неудивительно – энергия самых талантливых и ярких людей страны бурлит в другом месте» [9].

Учитывая категорию героев глянцевого журналов, Усков пошел еще дальше и сначала - в 2006 году на российском экономическом форуме в Лондоне выступил организатором круглого стола «Гламур как новая национальная идея России», и призвал «высшей оценкой гламурности считать кабинет в Кремле», а затем ввел в обиход понятие «путинский гламур».

«Николай, вы запустили в обиход понятие «путинский гламур». Что вы под этим понимаете?», - спросили у Ускова журналисты из «Независимой газеты» в 2007 году.

«Это явление – результат совпадения нескольких трендов. С одной стороны, благоприятные цены на энергоносители, подъем экономики, политическая стабилизация – в столицах и крупных городах все это обусловило рост среднего и высшего класса. У

людей появились приличные деньги, и они сумели ощутить их прелесть. С другой стороны, власть впервые позволила себе отказаться от хрестоматийной скромности. Коммунистам шиковать не разрешала партийная мораль. Посмотрите, как жили вожди СССР. Примерно на уровне нынешних менеджеров среднего звена. Правящая элита 90-х была слишком интеллигентской, к тому же демократической. Негоже демократу, который зависит от голосов избирателей, на тот момент голодных и озлобленных, сильно отрываться от народа. В начале нулевых власть стала терять интерес к мнению своих избирателей. В рамках контролируемой демократии от них не много зависит. Фактически Путин заключил негласную сделку с народом и бизнесом: живите себе в радость, но в политику не суйтесь. Сам президент и другие люди из высшего руководства страны подавали определенный пример. В моду вошли очень дорогие виды спорта. Горные лыжи, верховая езда, гольф. Не прошла незамеченной страсть гаранта к хорошим часам. Официальная зарплата президента что-то около десяти тысяч долларов. А те часы, которые мы видим у него на руке - если, конечно, они не куплены в переходе на Пушкинской - стоят в шесть-десять раз дороже» [9].

Таким образом, в нулевых годах герои светской хроники глянцевого журналов стали приезжать на мероприятия, организованные изданиями, на автомобилях со спецсигналами, в сопровождении офицеров ФСО, на страницах журналов стали публиковаться материалы о днях рождения чиновников из Госдумы; а главными героями интервью в глянцевого изданиях стали представители власти. Вокруг и внутри этих изданий сформировалась прослойка избранных людей, которые могли себе позволить не только товары Luxury, но и достаточно свободные дискуссии. В 2004 году в журнале GQ появляется откровенный репортаж Ксении Соколовой «120 дней Беслана», в котором она рассказывает подробности трагедии, о которых никогда еще не говорили в других СМИ; в 2008 году на страницах *Esquire* была опубликована переписка писателя Григория Чхартишвили (Б.Акунина) с заключенным Михаилом Ходорковским.

«Для нас журнал GQ - это журнал, который является частью индустрии продажи очень дорогих и не очень нужных вещей первой необходимости. Что касается ситуации, которая создалась

сейчас в нашем государстве, то свобода говорить то, что мы не слышим по телевизору, по-моему, является именно такой вещью, то есть вещью очень дорогой и, наверное, не первой необходимости. Поэтому я считаю, что в нашем случае все очень логично», - объясняла появление острых материалов на страницах глянцевого российского журнала экс-заместитель главного редактора журнала GQ Ксения Соколова в программе «Революционный гламур» на «РадиоСвобода» в 2005 году [7].

Другие издатели причинами возникновения политизированных материалов на страницах глянцевого журнала считают тот факт, что русский глянец пришел на рынок России по большей части как калька с западных изданий. При этом аналоги российского глянца за свою долгую историю, с учетом изменения в политической и экономической жизни, меняли свое направление от журналов для домохозяек до рупоров мировой политики.

Например, первый *Cosmopolitan* был универсальным изданием для семейного чтения – с рецептами, выкройками, советами по уходу за детьми и специальным разделом для молодёжи; с обложек тогда еще не глянцевого издания смотрели отнюдь не полуобнаженные красотки. Напротив, все было целомудренно. *Cosmopolitan* быстро стал популярным: в течение года его тираж достиг 25 тысяч экземпляров.

В 1889 году журнал приобрел Джон Уолкер, изменивший политику издания. Новый редактор ввел цветные иллюстрации, рецензии на литературные новинки. *Cosmopolitan* стал журналом, в котором печаталась беллетристика: Теодор Драйзер, Редьярд Киплинг, Джек Лондон и Эдит Вартон. За пять лет тираж поднялся с 16 до 400 тысяч экземпляров, а цена номера снизилась за счет рекламы.

В 1905 году журнал вновь меняет хозяина - им становится знаменитый издатель Уильям Рендольф Херст, назначивший редактором Чарльза Рассела, который привнес в издание ряд особенностей: в начале XX века *Cosmopolitan* стал не просто литературным, а общественно-политическим журналом, сотрудники которого занимались разоблачениями политиков и журналистскими расследованиями. В этот период для журнала писал Бернард Шоу.

Такие трансформации в журнале были продиктованы глобальными переменами, которыми был охвачен мир в начале XX века: первая мировая война, российская революция способствовали тому, что общество в США, где и издавался *Cosmopolitan*, стало политизированным и равнодушным к мировым событиям.

Политически направленный *Cosmopolitan* достиг невероятного успеха и в период Второй мировой войны. Тогда его тираж повысился до невиданного по тем временам объема – 2 млн. экземпляров, а на мнение политических обозревателей *Cosmopolitan* ориентировались все видные политики.

«Как вы относитесь к тому, что политические журналисты уходят в глянец?», – спросили журналисты «Независимой газеты» у Анны Бариновой в 2007 году.

«В определенном смысле глянец честнее. Те люди, которые его ненавидят и брызжут по этому поводу слюной, как минимум его учитывают, но боятся в этом признаться. Если тебе что-то не нравится, ты этого не замечаешь. Поверхностное, бездуховное агрессивное потребление – хорошо, пусть так, но почему тогда они не доискиваются причин всего этого? А причины опять же социально-экономические. Писать о них – это не привлекает. Но причины, предопределившие такой стиль потребления, могут быть и политическими. Тогда писать о них непolitкорректно и боязно. Проще всего ополчиться на глянец как на финальное проявление стиля потребления. Я этой точки зрения не разделяю» [10].

Литература

1. Зверева В. Позывные гламура / В.Зверева // Искусство кино. – 2006. – №11. – С. 15-17.
2. Кутловская Е. Постгламурный fashion // Независимая газета [Электронный ресурс]. – 2007. – 7 дек. – Режим доступа: http://www.ng.ru/saturday/2007-12-07/13_glamour.html
3. Поликовский А. Продвинутое чтение // Новая газета [Электронный ресурс]. – 2001. – 2 авг. – №54. – Режим доступа: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2001/08/02/11138-prodvinutoe-chtivo>

4. Савичева И. Не все то золото, что блестит / И.Савичева // Московский комсомолец. – 2007. – 1 апреля.
5. Слепцова А. Глянцевый журнал как жанр современной массовой культуры / А. Слепцова, О.В. Ромахи // Аналитика культурологии [Электронный ресурс]. – 2008. – Вып. 12. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/glyantsevyy-zhurnal-kak-zhanr-sovremennoy-massovoy-kultury>
6. Сурикова Т.И. Этические проблемы языка массовых коммуникаций: молодежные СМИ, политическая и потребительская реклама / Т.И. Сурикова // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2004. – №1. – С.84-98.
7. Фанайлова Е. Революционный гламур [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.svoboda.org/a/127055.html>
8. Холт Р. Аудитория Glamour сложилась в России только сейчас / Р. Холт // Новости СМИ. – 2009. – 29 февраля.
9. Чернышева В. Безобидное сверхпотребление // Независимая газета [Электронный ресурс]. – 2007. – 16 нояб. – Режим доступа: http://www.ng.ru/saturday/2007-11-16/13_consumerism.html
10. Чернышева В. Редкие правильные лица // Независимая газета [Электронный ресурс]. – 2008. – 25 янв. – Режим доступа: http://www.ng.ru/antrakt/2008-01-25/13_faces.html

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НИАТ «ХОВАР» В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ РТ

Мансурова Марьям Сайдуллоевна
соискатель кафедры истории и теории
журналистики и электронных СМИ
Российско-Таджикский (славянский) университет
maryam_mansurova_19@mail.ru

В статье проанализировано место и специфика функционирования НИАТ «Ховар» в информационном пространстве Республики Таджикистан. Рассмотрен и описан сайт агентства, выявлены характерные черты подачи новостей этого информационного агентства в зависимости от его предназначения.

Функционирование информационных агентств (далее – ИА) Республики Таджикистан в системе СМИ страны имеет свою специфику, которая заключается, прежде всего, в том, что в стране действует только одно государственное ИА – «Национальное информационное агентство Таджикистана «Ховар» (далее – НИАТ «Ховар»), в то время как все остальные девять являются частными. Другими словами, только НИАТ «Ховар» относится к государственному социальному типу СМИ, а все остальные к частному социальному типу журналистики. Третий социальный тип – общественные СМИ в Республике Таджикистан отсутствуют.

Следует отметить тот факт, что принадлежность к различным социальным типам журналистики определяется особенностями подачи новостей в глобальной сети Интернет. Если частные СМИ представляют «частногрупповые» интересы, то государственные СМИ должны защищать общегосударственные. В то же время разные социальные типы СМИ не должны концентрироваться на выражении интересов только тех социальных групп, для которых они предназначены. В определенные моменты общественной жизни, касающиеся судьбоносных для страны и народа вопросов, они должны выступать единым фронтом и выражать общенациональные интересы.

Исходя из такого предназначения ИА, независимо от их формы собственности, в данной статье поставлена цель выявить характерные черты подачи новостей на НИАТ «Ховар».

Национальное информационное агентство Таджикистана «Ховар» («Восток») было создано 30 апреля 2004 года на базе «Таджикского национального агентства» в соответствии с Постановлением Правительства Республики Таджикистан. «Таджикское национальное агентство», в свою очередь, было создано 10 апреля 1992 года (через восемь месяцев после достижения республикой независимости) на основе телеграфного агентства «ТаджикТА».

Об истории создания «ТаджикТА» («Таджикского телеграфного агентства») один из старейших сотрудников агентства Олег Соболев пишет: «По некоторым данным Таджикское Телеграфное Агентство было создано 31 декабря 1925 года. И это явилось большим событием в жизни республики, поскольку новая информационная служба занялась сбором и передачей в средства массовой информации оперативных, достоверных сообщений по вопросам политики, экономики, дипломатии, науки и культуры, спорта и всей общественной жизни» [5, 29].

Следует отметить, что «ТаджикТА» функционировало в качестве составной части общесоюзной ТАСС («Телеграфное Агентство Советского Союза»). В таком качестве оно просуществовало до 1992 года и в течение 67 лет внесло достойный вклад в освещении важнейших событий Советского Таджикистана, которые были «важны не только для республики, а порой и для всего Союза» [5,29].

Исходя из этого, НИАТ «Ховар» можно по праву считать правопреемником «ТаджикТА». Следует отметить, что 31 декабря 2015 года НИАТ «Ховар» отметил свое 90-летие, тем самым подчеркнув свое правопреемство. Помимо этого, к своему юбилею сотрудники и бывшие директора агентства опубликовали ряд интересных материалов, подчеркивающих роль и место данного ИА в информационном пространстве независимого Таджикистана [4, 6].

Как было отмечено, НИАТ «Ховар» – это единственное в республике информационное агентство, имеющее официальный

государственный статус. Оно получает из первых рук и немедленно распространяет по самым широким каналам официальные документы, связанные с деятельностью Президента, Парламента и Правительства Таджикистана, а также всего госаппарата страны в целом.

Правительство Республики Таджикистан на своем заседании от 30 июня 2015 года (протокол №7) рекомендовало официальным органам в первую очередь передавать официальные сообщения о заседаниях Правительства РТ, рабочих поездках Президента РТ, собраниях и встречах международного уровня и т.п. НИАТ «Ховар». Эта рекомендация вызвала горячие дискуссии в таджикской прессе, но известный таджикский журналист и исследователь Джовид Муким, проанализировав все мнения «за» и «против», пришел к выводу, что «данное поручение имеет рекомендательный характер и не надо из этого протокола делать трагедию» [2, 3]. По мнению Дж. Мукима, «правительство своему официальному органу в освещении официальной информации наряду с преимуществом, возлагает на него также ответственность для того, чтобы подобная информация была распространена своевременно» [2, 3].

В задачу НИАТ «Ховар» входит сбор и оперативное распространение объективной информации о важнейших событиях в политической жизни страны и других государств. Агентство осуществляет международные и внешнеэкономические связи в информационной и других сферах деятельности, содействуя развитию информационных и иных связей РТ с зарубежными странами.

Сайт НИАТ «Ховар» является основным новостным ресурсом данного ИА, и именно через него непосредственно выходит на массовую аудиторию на пяти языках: таджикском, русском, английском, арабском и персидском. В связи с этим известный исследователь З.Ш. Сайидзода отмечает, что «Республика Таджикистан располагает определенной совокупностью коммуникаторов внешнеполитической информации и пропаганды, являющейся важным инструментом осуществления внешней политики государства. Ведущим национальным учреждением в этой области является НИАТ «Ховар» – центральный государственный информационный орган при правительстве

республики. Деятельность этого ИА рассчитана не только на республиканскую, но и зарубежную аудиторию» [3, 11]. Далее он особо подчеркивает, что «одна из важнейших функций НИАТ «Ховар» направление информации за рубеж о многогранной жизни РТ» [3, 12].

Дизайн сайта НИАТ «Ховар» достаточно прост и удобен для пользователей. Заголовки новостей на сайте выделены светло-синим цветом. Логотип сайта расположен в левом верхнем углу по канонам веб-дизайна. Также на самой верхней части страницы тем же синим цветом, оформлены: курс валюты, погода и главное отличие – это радио «Ховар FM». Под ними расположены все рубрики, в самом центре у них идет бегущая строка. Как графическая составляющая, она очень важна, поскольку позволяет читать ленту новостей в движении. При наведении на бегущую строку на сайте НИАТ «Ховар», она останавливается. «Ховар» использует фотографии и иллюстрации не в каждой публикации, но на заглавной странице изображения присутствуют всегда. Иногда это несколько изображений, которые можно просматривать в окне страницы сайта, не осуществляя переходов.

Рубрики НИАТ «Ховар»: «Главная», «Президент», «Парламент», «Внешняя политика», «Безопасность», «Экономика», «Общество», «Культура», «Спорт», «Оценки проекта Рогунской ГЭС». Рубрика «Президент» имеет под собой такие подрубрики, как: «Встречи», «Выступления», «Поездки», «Визиты», «Указы», «Послания», «Телеграммы», «Телефонные разговоры» и «Фотографии».

На главной странице в левой колонке размещена лента новостей, под ней идут подрубрики «Самое читаемое», «Регионы Таджикистана», «Архив» и «Календарь публикаций». Посередине главной страницы размещена информация по каждой рубрике в отдельности. А в правой колонке идут уже фотографии и такие подрубрики как, «Специальные темы», «Актуальные новости», «А вы читали Конституцию?», «Аналитические материалы», «Интервью», «Опрос», «Фото» и «Видео материалы».

Описание сайта показывает, что он охватывает весь спектр направлений, через которые должны быть освещены разнообразные события, связанные с деятельностью Президента

Таджикистана, Правительства страны, а также общественно-политические события нашей страны.

Следует отметить, что основным жанром, используемом на сайте НИАТ «Ховар», является информационная заметка, так как главное предназначение любого ИА – это оперативное распространение новостей. Именно поэтому «лента новостей» на сайтах информационных агентств обычно размещена на главной странице, на самом видном и доступном для читателя месте. Рассматриваемый в данной статье сайт НИАТ «Ховар» в этом плане не исключение.

Вместе с тем, другие жанры, как интервью, статья, репортаж также занимают значительное место в общем потоке материалов сайта ИА. В особенности часто используется жанр интервью.

Таким образом, описание и рассмотрение сетевых информационных ресурсов НИАТ «Ховар» выявило, что материалы подаются более сдержанно, монотонно, официально, по сравнению с другими частными ИА, где можно встретить более открытое обсуждение, с учетом разных мнений и взглядов на ту или иную проблему. На основе такого анализа, можно прийти к выводу о том, что специфика наименования и размещения рубрик, особенности подачи новостей и иных материалов в НИАТ «Ховар», соответствуют его официальному характеру функционирования и статусу государственного информационного агентства в информационном пространстве Республики Таджикистан.

Литература

1. Абдуллаев З. Доступ к информации основа информационной безопасности страны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sngnews.ru/archive/2004/08/29/40065.html>.
2. Джовид Муким. Вместо чалмы голова: почему неправильно трактуют протокол №7 / Тоджикистон. – 6 августа 2015. – № 31 (1125). – С. 3.
3. Сайидзода З., Саидов Ф. Таджикистан: информационный ресурс, внешняя политика и имидж государства / З.

- Сайидзода, Ф. Саидов. – Душанбе: ОО «Иттилоотвамуошират», 2008. – 37 с.
4. Сайидзода З. «Ховар» - школа воспитания и зрелости журналистов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://khovar.tj/2015/12/zafar-sajidzoda-hovar-maktabi-tarbiya-va-kamoloti-zhurnaliston-3>.
 5. Соболев О. Тебе молодой журналист / О. Соболев. - Душанбе, 2005. – 47 с.
 6. Шамсуддинзода С. «Ховар» - надежный распространитель оперативной, важной и интересной информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://khovar.tj/2015/12/hovar-intishorkunandai-boetimodi-ahbori-ta-il-va-mu-imu-olib>.

II. ПРОБЛЕМЫ ПУБЛИЦИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРЫ

ВОСТОК В ТВОРЧЕСТВЕ РУССКИХ И ЕВРОПЕЙСКИХ ПОЭТОВ

Салихов Нурали Назарович

доктор филологических наук
профессор кафедры печатных СМИ и PR
Российско-Таджикский (славянский) университет
rector@rtsu.tj

Муллов Шариф Бокиевич

доктор филологических наук
доцент, зав. кафедрой печатных СМИ и PR
Российско-Таджикский (славянский) университет
mulloev_sharif@mail.ru

Развитие мирового литературного процесса в настоящее время дошло до такого уровня, когда можно говорить не просто о взаимодействии, проникновении литературы одного народа в художественное мышление другого, об освоении характерных особенностей отражения мира в произведениях разных народов, теперь можно утверждать об эффекте двойного, или вторичного, отражения одной и той же действительности. Подобное явление, вероятно, обусловлено всё теми же процессами глобализации, объединения всех народов в единое мировое сообщество, и эти процессы на наших глазах приобретают тенденцию роста.

Будучи когда-то источником поэтического вдохновения для самых талантливых поэтов России и представителей европейской культуры, поэтическое творчество авторов из восточных литератур было частично воспроизведено в переводах В. Жуковского, А. Пушкина, Гёте, Шиллера и др. Безусловно, талантливые переводчики стремились сохранить в переводе особенности поэтики оригиналов, экзотическая для них жизнь Востока передавалась необычными эпитетами, сравнениями, поэтическим размером.

Однако интересно то, что при этом переложение восточной поэзии, например, А. Пушкиным отразило и специфику его

собственного национального мышления. И вот теперь, знакомя таджикских читателей с творчеством величайшего русского поэта, национальные переводчики создают на таджикском языке как бы вторичное изображение одних и тех же поэтических реалий. Приобрели ли новые содержательные оттенки и особенности эти произведения? Например, Н. Лобикова в своей книге «Пушкин и Восток» отмечает «присутствие» элементов ближневосточного фольклора в «Руслане и Людмиле», тогда как в действительности налицо «явное» влияние не только устных традиций, но и письменного поэтического эпоса, как, например, в «Шахнаме» Фирдоуси. С ней можно согласиться в том, что заметны арабские и персидские мотивы, более того – их прямое влияние в стихотворениях Пушкина, «О дева, я в оковах...», «Виноград», «Блестит луна, недвижно море спит...», «В пещере тайной, в день гоненья», «Соловей и роза», «Из Гафиза», «Фазыл-хану», «Подражание арабскому» и в цикле «Подражание Корану». Надо сказать, что проблема «Пушкин и Восток» привлекла особое внимание литературоведов уже в девятнадцатом веке. Она освещена в десятках монографических исследований и отдельных статьях русских и западно-европейских ученых. В своем труде Н. Лобикова приводит и другие стихи, такие, как «Я видел Азии бесплодные пределы», «Погасло дневное светило», «Таврида», «В прохладе сладостной фонтанов» и др. Следует отметить, что и в первом, и во втором случаях почему-то выпадает из поля зрения автора «Ода Саади», хотя это произведение следовало бы, нарушая даже хронологию, назвать в числе первых или одним из первых, написанных на «восточный» лад. Перечисляя и давая краткую характеристику стихам и повестям Пушкина на Кавказскую и Крымскую темы, на турецкую и африканскую темы, произведения, посвященные образу африканца Ибрагима Ганнибала, Н. Лобикова приходит к выводу, что «Пушкин лучше всего и больше всего знал именно мусульманский Восток» – и «Османскую империю» в том числе [3, 5]. В этом плане мнения русских исследователей сходны. Данную позицию подтверждают точки зрения и других исследователей восточной поэзии.

На сходной позиции стояли И. Крачковский, В. Брюсов, Н. Фридман, В. Мануйлов, их точка зрения получила развитие в

трудах М. Алексеева, И. Брагинского, Д. Белкина, М. Нольмана и других востоковедов.

Формирование концепции Востока в творчестве Пушкина совпадает с периодом прочного обоснования ориентализма в русской литературной среде начала XIX века. Можно вспомнить в этой связи назначение 25-летнего немецкого ориенталиста Х. Френа профессором кафедры восточных языков Казанского университета в 1807 г., начало продуктивной и систематической деятельности ученика выдающегося французского ориенталиста Сильвестра де Саси, ставшего основателем русской школы востоковедения Л.В. Болдырева в 1811 г., функционирование Азиатского музея в Петербурге, начиная с 1818 г. Об этом размышляет другой востоковед начала XIX века, профессор С.С. Уваров в своём труде «Мысли об Азиатской академии наук». Президент императорской академии наук, попечитель Санкт-Петербургского учебного округа С.С. Уваров в своей речи на торжественном собрании Главного педагогического института 22 марта 1818 г., в частности, сказал:

«Из Азии проистекали все религии, все науки, вся философия. Она одна сохранила чудесный дар производить всё большие явления морального мира; там находим мы истинный единственный источник всеобщего просвещения, и кто мог бы не гореть желанием созерцать вблизи богатства сего неисчерпаемого рудника ума человеческого» [1, 8].

Как явствует из трудов востоковедов, на Пушкина оказали влияние восточные повести и драмы Вольтера, всё творчество Байрона, «Персидские письма» Монтескье, сказки «Тысяча и одной ночи», «Волшебные сказки» Антуана Гамильтона, поэзия «Корана».

Пушкин хорошо знал трагедию М. Ломоносова «Тамара и Селим», сатирическую повесть И. Крылова «Каиб», всё, что печаталось в периодике его времени из «восточного». Общеизвестно, что Восток, будучи древнее, чем Новый свет, имел достаточно основательное влияние на Запад ещё с доисторической эпохи. Даже поговаривают о том, что Библию Западу дал Восток.

«Рим, покоривший Восток силою оружия, - писал С.Ф.Ольденбург,- значительной мере покорённый миром духовно, вводил, с одной стороны, в свою религиозную жизнь восточные культуры, среди них – культ лучезарного персидского Митры (Бог

Солнца из «Авесты» – Ш.М.), с другой – вывозил из Индии драгоценности и пряности» [2, 10].

С.Ф. Ольденбург отметил, что в языки Запада в прошлые столетия широким потоком влились восточные слова, и восточные темы рассказов усиленно стали повторяться на Западе.

История, таким образом, свидетельствует, что с рождением на Западе научного востоковедения в XVIII в., а в России – в начале XIX в. Европа была покорена очарованием арабских сказок «1001 ночи», вызвавших бесконечные подражания, священной книгой Зороастризма «Авеста» и персидской (т.е. мусульманской) религией.

Потому, наверное, развивая свои мысли о бесспорном влиянии Востока на Запад, тот же С. Ольденбург как бы пунктирно определил задачи ориентализма. Он писал: «Мы хотим поставить Восток ближе к широким кругам русских сознательных людей, ибо мы знаем, что старый Восток, великий творец в области духа, дал нам вечные образы, которые никогда не потеряют своего значения для человека и никогда не будут так повторены» [2, 23].

Таким образом, именно тогда, в XVIII и XIX вв. был сделан крупнейший шаг в понимании Востока, в восприятии и творческом освоении его культурных достижений. Обратимся ещё раз к упомянутой статье великого русского ориенталиста С. Ольденбурга. Он писал: «Лихорадочно быстро идёт изучение Востока и его бесконечных языков и народов, каждый год приносит новые открытия из этого мира, который во многом является столь своеобразным, что сперва кажется, будто меж ним и Западом непроходимая пропасть» [2, 43].

Россия пошла, можно сказать, по пути навёрстывания упущенного, и Пушкин в этом процессе сыграл если не самую основательную, то, во всяком случае, принципиально важную роль. Это можно проследить на примере произведений чисто русского содержания. Пушкин, «как только прикоснулся к силе народной», как только, становясь вполне народным поэтом, приступил к труду над «Борисом Годуновым», осенью 1824 года, так и обратился вдруг и вроде неожиданно к одной из величайших человеческих книг, к Корану, к пророчествам особого мира, казалось бы, прямо противоположного всему, чем он в это время

жил, – средневековому русскому, деревенскому, православному [5, 48].

Всемирная отзывчивость Пушкина давала ему возможность вполне ощущать и передавать поэзию чужого мира и чужого языка, так было с Шекспиром, когда он проходит к нему, так сказать, сквозь французские переводы, и тогда, как сам он переводил Шекспира. Педантично и типично образованный немец барон Е. Розен засвидетельствовал: «Удивительно, как сам Пушкин, при слабом знании немецкого языка, хорошо выразил дух немцев». Так было с «Песнями Западных славян», суть которых Пушкин схватил через переложение, даже подделки Мериме.

Так было и с Кораном, в который он входил с переводом М. Верёвкина и из которого выходил с «Подражаниями Корану», так, что Достоевский воскликнул: «Разве тут не мусульманин, разве это не самый дух Корана и меч его, простодушная величавость веры и грозная кровавая сила её?»

И когда Пушкин обращался к Библии и к Корану, то дело не в вольном или невольном излиянии религиозных чувств и настроений. Но и не просто в красотах стиля «вечных» книг человечества. Библия и Коран дали в эту пору зрелого становления возможность Пушкину утвердиться в его новом самоощущении художника небывалой до того степени ответственности и высокого миссионерства. И – соответственно свободы и независимости от чего бы то ни было, кроме своего призвания. То есть в самоощущении только художника. Так создаётся самый колоссальный образ пушкинской, а значит и всей русской поэзии – образ пророка. Тем более что образ пророка ею уже вынашивался: например, в стихах Глинки 1822 года «Призвание Исаяи». Но у того же Глинки есть не столько образ пророка, сколько набор конкретных пророчеств. Иначе говоря, пророк сужен до определённого пророчества, в данном случае близкого декабристской агитационности. То же в «Пророчестве» В. Кюхельбекера: «Все эти поэты спускают пророка до себя. Пушкин поднимает себя до пророка».

Пушкин с редким своим чутьём тоже обратился к библейскому пророку Исае, который как раз свёл к себе – и с жизнью и писаниями – всю предшествующую традицию пророков дохристианской эпохи как независимого демократического

института и во многом предрешал последующую, начиная с апостола Павла. «Историческими комментариями к «Пророку», – отметил дореволюционный исследователь Пушкина Сумцов, – могут служить все великие деятели в глубочайших и благороднейших сферах духа, в религии, в науке, в искусстве, в общественной деятельности, те детали, которых томила духовная жажда, которые выдержали тяжёлый процесс нравственного перерождения, выработали в своей душе несокрушимую любовь к истине, правде и добру, слово которых стало живым глаголом».

Пушкинский «Пророк» вырастает из тысячелетий. Более того, сравнительная сдержанность и повествовательность ветхозаветного текста у Пушкина сменяется той неистовой палящей страстностью, которую Пушкин усвоил в мусульманской книге пророчества.

*Духовной жаждою томим,
В пустыне мрачной я влачился, –
И шестикрылый серафим
На перепутье мне явился.
И он к устам моим приник,
И вырвал грешный мой язык,
И празднословный и лукавый,
И жало мудрыя змеи
В уста замершие мои
Вложил десницею кровавой.
И он мне грудь рассёк мечом,
И сердце трепетное вынул,
И уголь пылающий огнём.
В грудь отвёрстую водвинул [5].*

Можно было бы сказать, что всемирность пушкинского пророка определены тем, что он заключил в себе Библию, усиленную Кораном. И в то же время «Пророк» громадного напряжения личное переживание, как физическая мука с этой кровавой операцией священного «хирурга, с тугой удивительной «трансплантацией органов» и «реанимацией» воскресением, – вся картина собственно пушкинская, как и последний завет...

*Восстань пророк, и виждь, и внемли,
Исполнишь волею моею,
И, обходя моря и земли,
Глаголом жги сердца людей [5].*

В «Пророке» завершилось самосознание и самоопределение поэта, впервые вышедшего к высшей объективности, способного воспринимать всю полноту жизни и могущего представлять всё богатство мира, а значит и всемогущего:

*Моих ушей коснулся он,
И их наполнил шум и звон:
И внял я небо содроганье,
И горных ангелов полёт,
И чад морских подводный ход,
И дольной лозы прозябанье [5].*

Пушкин был гений, и это никто не в состоянии отрицать. Но гений особого дарования. Людей с такой силой мышления и творческой отдачей рождаются единицы в столетие. Пушкин мыслил необыкновенно быстро, мысль у него летала. Он мгновенно доходил до сути дела.

Для него момент чтения был не только моментом усвоения, но и моментом анализа и толкования, часто нового и неожиданного. Пушкин был сыном своего времени, но шёл впереди него.

Литература

1. Лобикова Н.М. Пушкин и Восток. – М.: Изд-во «Наука», 1974. – 96 с.
2. Ольденбург С.Ф., Связи Запада с Востоком старинные... – Азия, 1903. – №40 (78).
3. Ольденбург С.Ф. Связи Запада с Востоком старинные // Восток – Запад: Исследования. Переводы. Публикации. – М., 1982. – С. 5-8.
4. Пушкин А.С. Стихотворения. – М.: Художественная литература, 1983. – 255 с.
5. Скатов Н. Наш Пушкин // Лит. газета. – 1987. – 11 февраля. – С. 4-5.

**ПУБЛИЦИСТИКА ТАДЖИКСКИХ ПРОСВЕТИТЕЛЕЙ
А. ДОНИША И С. АЙНИ
В КОНЦЕ XIX – НАЧАЛЕ XX ВЕКА**

Муллоев Шариф Бокиевич
доктор филологических наук,
доцент, зав. кафедрой печатных СМИ и PR
Российско-Таджикский (славянский) университет
mulloev_sharif@mail.ru

Абдуллаев Масрур Ахматович
доктор филологических наук,
профессор кафедры истории и теории
журналистики и электронных СМИ
Российско-Таджикский (славянский) университет
masrur_a@mail.ru

С начала XX века таджикское просветительство вступило в новую фазу и стало именоваться «джадидизм». С этого периода и начинает развиваться таджикское просветительство. Кроме того, несомненно, на становление таджикской публицистики данного периода воздействовали происходившие события, связанные с присоединением края к царской России. Кроме того, на появление публицистических произведений в творчестве таджикских просветителей оказали существенное влияние татарские мыслители. Начали распространяться разного рода газеты и литература, пробудившие сознание передовой части интеллигенции Бухары. Выдающуюся роль в становлении таджикской публицистики конца XIX – начала XX века, бесспорно, сыграл Ахмад Дониш.

Ахмад Дониш жил в эпоху религиозного фанатизма, когда любое проявление внимания ко всему новому, к иному вероисповеданию, например русскому, каралось беспощадно. Писать же реалистические публицистические произведения о жизни других народов было смелым явлением. О личности выдающегося публициста-просветителя существуют различного рода суждения. По словам С.Айни, реакционное духовенство говорило, «что Ахмад Дониш («дониш» означает знание. - Ш.Б.)

является жрецом и посланцем черта, и тот, кто поверит ему, тот станет также другом черта» [1, 95]. В становление Ахмада Дониша, как поборника просвещения в Бухарском Эмирате, решающую роль сыграли его поездки в Царскую Россию. Но, кроме того, думается, что ещё до поездок у писателя-публициста появились просветительские мысли и идеи. О широком мировоззрении и аналитическом уме, его познаниях знал также эмир Насрулло. Исходя из этого, однажды он вызвал А. Дониша и поручил следующее: «[Т]ы обстоятельно исследуй все стороны жизни в России, определи положение их государства»... [2, 50].

Именно во время своих поездок Дониш увидел своими глазами прогресс и развитие России и начал познавать степень отсталости Бухары по сравнению с другими странами. Хотелось бы подчеркнуть, что до нынешнего времени многие таджикские исследователи трактовали все произведения А. Дониша как писателя-просветителя. К таким ученым следует причислить Р. Хадизаде, Х. Мирзоаде и др. И, тем не менее, таджикскими исследователями до сей поры не изучена проблема «Дониш-публицист». –

Во всех произведениях Ахмада Дониша, таких, например, как «Исторический трактат», «Редкостные события» сильны публицистические мотивы. В особенности это можно наблюдать в главной части «Редкостных событий» – «Политическом трактате». Основной причиной, на наш взгляд, является критическая, реформистская позиция публициста по отношению к общественной жизни и форме правления феодального Бухарского Эмирата. Именно этим обуславливается то, что он свои критические, общественно-политические взгляды выразил ярким публицистическим стилем, прежде всего, для более эффективного воздействия на своих современников, да и будущих поколений. Публицистический стиль позволил Ахмаду Донишу раскрыть глубину отставания своей родины, порожденной невежеством и тупостью мангитских эмиров и фанатичных клерикальных кругов Бухары. Теперь у Дониша сформировались предельно критические взгляды на форму правления мангитских эмиров, которые проявились в поздних его произведениях.

Хотя во всех его творениях, в том числе и в «Политическом трактате» мы наблюдаем публицистические мотивы, но, начиная со

второй половины 80-х годов XIX века, произведения Дониша окончательно приобрели острый публицистический стиль. Ярким примером является «Политический трактат», написанный между 1895-1897 годами. Жанр и стиль «Исторического трактата» в свое время уже были правильно определены литературоведом Р. Хадизаде. Он пишет: «по нашему мнению, с точки зрения жанра, трактат Ахмада Дониша можно отнести к жанру памфлета, его стиль к литературно-политической публицистике» [2, 264].

До нынешнего времени это произведение А. Дониша не исследовано как журналистско-публицистическое произведение. Думаем, что исследователям стоит рассмотреть данный аспект с позиции сегодняшних реалий. По нашему убеждению, значение «Исторического трактата» в истории таджикской публицистики огромно, он завершает эпоху дожурналистской журналистики, когда таджикская нация в начале XX века входила в эпоху печатной журналистики. В этом аспекте немаловажным является публицистика Героя Таджикистана, великого писателя-публициста Садриддина Айни, чье творчество связано с историей таджикского народа. В этом плане его произведение «История Бухарской революции» играет особую роль, которая в данном ракурсе не рассмотрена должным образом.

В «Истории Бухарской революции» Айни красочно описал состояние обучения в бухарских школах и медресе, которые считались центром просвещения и образования во всей Средней Азии. Учебные заведения Бухары находились в самом неприглядном состоянии, преподавание мударрисов (учёных медресе) также не соответствовало требованиям времени. Особенно ярко выявилась реалистичность, которая присуща публицистике Айни. Думается, что на основе реальных фактов достаточно правдиво описано состояние высших учебных религиозных заведений в Бухаре.

Медресе мангитского периода переживали состояние упадка. Это была среда, в которой учащиеся не могли почерпнуть ничего, кроме пустых и бессмысленных рассуждений на мало значащие темы.

Период правления мангитов можно считать трагическим для развития науки и образования нашего народа, так как в это время отсутствовали как новая научная литература, так и какие-либо

технические открытия, способствующие развитию общества. Особенно низким уровнем образования отличался в период правления мангитского эмира Абдулахада. Наблюдается и падение нравственности представителей науки и культуры. Выступая от имени шариата, они занимались интригами и развратом, бразды правления государством находились в руках именно таких «деятелей». Права человека повсеместно нарушались. Видя такое бесправие, русский учёный Логофет написал о Бухаре и бухарцах произведение под названием «Страна бесправия» [4, 153]. После публикации данного произведения в прессе появились статьи с резкой критикой структуры правления бухарским эмиратом.

В произведении Айни «История Бухарской революции» внимание автора сосредоточено на вопросах государственной структуры Бухарского эмирата, пробуждения мысли и интереса к новым профессиям и ремёслам, реформам методов обучения и введения метода «савтия» в учебных заведениях, изучении иностранных языков и увеличении количества просветительских кружков.

Айни впервые пошёл в школу и получил первые знания при активном содействии родителей. Здесь он столкнулся со старыми методами образования и безграмотностью школьных учителей, поэтому старая школа в сознании юного Айни стала ассоциироваться с понятием «ошўбхона» (дом потрясений) [5, 21].

Помимо родителей к формированию личности Айни были причастны и некоторые учащиеся и многочисленные кружки и общества. Одной из таких наставниц была Хабиба, которую Айни встретил в школе для девочек. Своим чтением газелей великих классиков она пробудила в сердце маленького Садриддина истинную любовь к поэзии. По мнению Айни, самым лучшим его достижением в раннем возрасте было знание счета абджад, которому его научил отец, и чтение наизусть газелей, которые эта девушка читала «печальным голосом» с такой искренностью. Декламация этой влюблённой в поэзию девушки оставила в душе Айни глубокий отпечаток. «Особенно на меня произвели впечатление те стихотворения, любовный смысл которых Хабиба разъяснила мне, и особенно те газели, которые она декламировала печальным голосом, подобно певице», – вспоминает Айни [5,93].

Таким образом, просветительское самосознание и стремление

посвятить себя делу просвещения, науке и знаниям, как высочайшим ценностям, желание писать стихи – все это было заложено в Садриддине Айни в шестилетнем возрасте с помощью родителей и девушки по имени Хабиба, и сопровождало его на протяжении всего жизненного пути.

После революции, наряду с литературным творчеством, полностью посвященным национальному пробуждению и образованию, Айни начал активно заниматься публицистической деятельностью. Он опубликовал в различных газетах и журналах статьи и сообщения, в которых выразил свои мысли по поводу безграмотности и темноты народных масс и поставил вопрос о реформе образования и возрождении духовности нации.

Статьи, воззвания и фельетоны Айни, помещённые в прессе и литературных сборниках с 1919 по 1954 гг., опубликованы в девятом томе его полного собрания сочинений. Айни обратился к жанру публицистики в послереволюционные годы и воплотил свои просветительские навыки в данном литературном жанре.

Одной из наиболее важных статей, посвященных проблемам общества, является статья «Просветительская деятельность», опубликованная в 23 номере (7-го декабря 1919 года) в газете «Шўълай инкилоб» («Пламя революции») за подписью «Син.Мим» (буквы арабского алфавита. – *Ш.Б.*). Просветительская деятельность, активное просвещение своего народа, вот о чём мечтал Айни. В этой статье Айни пропагандирует культуру общения, защиту прав личности, семейные ценности и воспитание здоровых детей [1, 11].

Просветительская пропаганда и назидание Айни проявляются в следующем его высказывании: «Братья! Ежедневно уделяйте час своего времени чтению этой газеты (имеется в виду газета «Пламя революции»), по мере возможности пользуйтесь этим изданием, опубликованном на вашем родном языке, тем самым вы восполните тот час жизни, который вы потратили в неведении» [1, 13]. Этот призыв включает в себе страстное желание писателя привлечь народ к просвещению и постижению знаний. Айни уверен, что общество получит от чтения газет только пользу, в нем пробудился стремление к знаниям. Потому он призывает народ к чтению газет и журналов и с чувством восклицает: «Братья! Объедините свои сердца и язык и читайте!» [1, 13].

Статья «Сайфу калам» («Меч и перо») также носит просветительский и пропагандистский характер.

Содержание статей «Акнун навбати каламаст» («Настала очередь пера»), «Хукумати Шўро ба мо чи дод?» («Что дала нам Советская власть?»), «Масъалаи маориф ва китоб» («Вопрос образования и книги»), «Дар бораи мактаб ва маорифи тоҷик» («О таджикской школе и образовании»), «Дар бораи китобҳои мактабии тоҷикон» («Об учебниках для таджиков») и «Тоҷикони кӯхистон» («Горные таджики»)

Стихи Айни, сочинённые в стиле великих поэтов, соответствуют всем требованиям классического стихотворения. Вопрос значимости поэзии Айни рассмотрен исследователем Шохзамоном Рахмоновым в его работе «Шеър ва Айни» («Стихи и Айни»).

Благодаря деятельности С.Айни просветительское движение успешно развивалось вплоть до Октябрьской революции, оно продолжало своё развитие после революции, его высокие идеалы поддерживались интеллигенцией, боровшейся за утверждение национального самосознания и национальной идентичности.

Садриддин Айни был одним из ярких борцов против пантюркизма. Своими произведениями он доказывал несостоятельность всех наветов и злопыхательских выпадов пантюркистов против таджиков. Сильнейшим ударом по их доктрине было издание Садриддином Айни книги «Намунаи адабиёти тоҷик» («Образцы таджикской литературы»).

Во всех произведениях Айни проявляется его просветительский дух и историческая ответственность. Называя роман «Дохунда» просветительским романом, М. Шакури подтверждает мнение русского литературоведа Владимира Дорофеева. Как сторонник данной мысли, он отмечает, что в романе «Дохунда» просветительская проза поднялась на более высокий уровень и заняла ещё более высокое место. Анализируя главы и разделы романа, М. Шакури отмечает пропагандистский талант и дар убеждения великого писателя [1, 66-69].

Величайшим достижением Айни в деле просвещения таджикского народа было то, что наряду с освоением светских знаний и современной культуры, он постоянно находился в центре народных масс, внимательно изучал их жизнь и проблемы. Айни

был требовательным к себе и окружающим. По его мнению, величайшим благом, которым наградила «Великая Революция» общество Бухары, были культура и знания, школы нового типа, просвещение посредством средств массовой информации, пробуждение сознания общества.

Другом и сподвижником Садриддина Айни в трудный период начала XX века был Абдулвохид Мунзим. Вместе они преодолели путь от простых школьных учителей до выдающихся просветителей и революционеров, борющихся против эмирского строя. Они непримиримо отстаивали свободу и благоденствие, боролись за экономическое и социальное развитие страны, повышение уровня знаний таджикской нации. Школа, открытая Мунзимом, в которой он работал в качестве учителя, стала серьёзным испытанием для этих просветителей.

Через всё творчество С. Айни красной нитью проходит тема пробуждения национального самосознания, обогащенного высокой гуманистической моралью, борьбы с невежеством и отсталостью.

В результате исследования вопросов просветительства в творчестве Садриддина Айни в статье сделаны следующие выводы:

1. Благодаря таким произведениям С. Айни, как «Таърихи инкилоби фикри дар Бухоро» («История революционного мышления в Бухаре»), «Намунаи адабиёти тоҷик» («Образцы таджикской литературы»), «Ёддоштҳо» («Воспоминания»), таджикские читатели смогли познакомиться с известными просветителями и просветительскими движениями в Центральной Азии.

2. «Таърихи инкилоби Бухоро» является основным источником сведений о просветительстве и развитии данного направления в Центральной Азии.

3. В своём произведении «Таърихи инкилоби Бухоро» Садриддин Айни реалистично отобразил жизнь Бухары, обнажил пороки и недостатки своего времени. Кроме того, он раскрыл существующие препятствия на пути к развитию образования таджикского народа.

4. Произведения Айни дают нам исчерпывающее представление об истории таджикской нации, богатой культуре.

5. Айни собрал и систематизировал достоверные и полные сведения о таких известных просветителях своего времени, как

Ахмад Дониш, Мирзо Сиродж Хаким, Фитрат, Домулло Икром, Абдулвохид Мунзим, Абдулкодир Шакури, Хамидходжа, Усманходжа, Мулло Вафо, и просветительских изданиях «Наводир-ул-вакоеъ», первых печатных газетах и журналах Бухары «Бухорои Шариф», «Тўрон», образовательной компании «Ширкати Баракат», библиотеке «Китобхонаи Маърифат», обществе «Чамъияти тарбияи атфол».

6. Айни первым выявил источники и предпосылки зарождения просветительства в Средней Азии и определил основные направления деятельности просветителей, которые сводятся к следующему:

- пропаганда знаний и светских наук;
- распространение иностранных газет и журналов;
- основание периодической печати;
- создание просветительских обществ и школ с методикой «савтия»;
- пробуждение самосознания народа.

7. Произведения Айни являются важным источником познания реального положения народов Средней Азии, знакомства с жизнью и деятельностью литераторов в период правления эмира Абдулахадхана и свидетельством равнодушия правителей к их бедственному положению.

8. «Таърихи инкилоби Бухоро» или «Таърихи инкилоби фикри дар Бухоро» содержит исчерпывающие сведения об особенностях структуры Бухарского правительства, медресе и методах обучения в них, жизни студентов в медресе и условиях их обучения. В целом публицистика таджикских просветителей А. Дониша и С. Айни представляет собой яркую страницу таджикской просветительской литературы, которую следует всестороннее изучить и исследовать.

Литература

1. Абдуллаев М.А. Идеи национального самосознания в таджикской публицистике эпохи просветительства. – Душанбе, 2010.
2. Айни С. Таърихи инкилоби Бухоро. – Душанбе, 1987.

3. Бобоёрова Л.Х. Айни и таджикская просветительская литература: Автореф. кан. дис. – Душанбе, 2010.
4. Дониш А. Путешествие из Бухары в Петербург. – Душанбе, 1987.
5. Муллоев Ш.Б. Ахмад Дониш и таджикское просветительство конца 19 начало 20 вв. – Душанбе, 2005.

«СОЗВУЧИЕ»: ЛИТЕРАТУРА И ПУБЛИЦИСТИКА СТРАН СНГ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

Карлюкевич Алесь Николаевич

заместитель министра информации Республики Беларусь
соискатель Института журналистики
Белорусский государственный университет
karlykevich@yandex.by

Сегодняшнее состояние литературно-художественных масс-медиа требует от ее издателей и учредителей вести активный поиск новых читателей, новых потребителей информации. Уже давно в прошлом остались времена, когда, к примеру, журналы «Новый мир», «Дружба народов», «Знамя», «Иностранная литература» выходили миллионными тиражами. В 1990 году тираж «Нового мира» составлял 2 миллиона 700 тысяч экземпляров. В 2008 году, к примеру, - тираж того же журнала был равен 7 тыс. экз. Сегодня и еще меньше. И у белорусских литературно-художественных изданий («Нёман», «Полымя», «Маладосць», «Крыніца») тиражи были в десятки раз больше нынешних. Сегодня тираж, к примеру, журнала «Нёман», включая подписку на издание и реализацию его в розничной сети «Белсоюзпечати», составляет 2761 экз., «Полымя» - 2024 экз., «Маладосць» – 1748 экз. Один из путей поиска более широкого круга читателей – выход журналов в Интернет-пространство.

Издательский дом «Звезда» на своём сайте zviazda.by пошёл дальше. Размещая в электронном пространстве Интернет-версии журналов «Нёман», «Полымя», «Маладосць», «Вожык», газеты «Літаратура і мастацтва», модераторы добавили и еще одну важную составляющую: Интернет-страницу «Созвучие» (в подзаголовке: «Литература и публицистика стран Содружества»). Адрес – www.sozvuchie.zviazda.by

Что же собой представляет проект «Созвучие»? Какие цели и задачи ставят перед собой организаторы этого электронного медийного проекта? Какое жанровое многообразие отражается в данном ресурсе?

Во-первых, толчком к созданию «Созвучия» стала многогранная деятельность Издательского дома «Звезда» по сплочению литературных сил стран Содружества на «белорусской площадке». Начиная с 2007 года, в Минске проводится международный «круглый стол» писателей разных стран. Каждый год – под разным названием, но с общей идеей – «Художественная литература как путь друг к другу». Всегда в дискуссиях на тематических площадках «круглого стола» принимают участие руководители литературно-художественных масс-медиа. К примеру, в 2015 году международный писательский «круглый стол» «Созвучие: литературный процесс и информационное общество» проходил в Щучине в рамках празднования Дня белорусской письменности. Писатели из разных стран собрались, чтобы «поговорить о проблемах и перспективах развития национальных культур, аспектах художественного перевода, значении произведений о войне, роли литературы в моральном воспитании подрастающего поколения, об общих традициях, роли и значении Беларуси в интеграции творческой интеллигенции, сохранении духовных ценностей, развитии межгосударственного культурного сотрудничества».

Министр информации Республики Беларусь Лилия Ананич, беседуя с писателями, отметила: «Здесь собрались те, кто вносит свой вклад в развитие дружбы и добрососедства между странами и народами. В этом – великая миссия слова и задача круглого стола «Созвучие».

Она обратила внимание на то, что все идеи и мысли представителей литературного сообщества в Беларуси воспринимают, к ним прислушиваются, с писателями лично встречается глава государства. «Мы надеемся, что вы поможете нам вместе укреплять литературное пространство наших стран, делая его пространством мира и добра», – подчеркнула министр.

Лилия Ананич сообщила, что в Беларуси насчитывается более 8 млн пользователей интернета, свыше 70% населения активно пользуется сетью ежедневно. Это говорит о том, что сегодня востребовано слово не просто «глубокое», но и «быстрое». «Как достучаться до подрастающего поколения, как сделать так, чтобы книга, слово писателя, ученого, общественного деятеля оказывало положительное влияние на новые поколения белорусов, – это

задачи всех, кто собрался сегодня за круглым столом, задачи всего писательского сообщества, а также государства» [1].

Только из России в обсуждении в том числе насущных проблем распространения печатного художественного слова в разные годы в «круглых столах» приняли участие главные редакторы «Литературной газеты», журналов «Иностранная литература», «Роман-газета», «Юность», «Сибирские огни», «Вологодский Лад», «Роман-газеты» и др.

Во-вторых, «Звезда» выступает книжным издателем произведений писателей дальнего и ближнего зарубежья. В 2013 году Издательский дом подготовил и выпустил в свет серию из книг «Созвучие сердец», в которой была представлена литература стран Содружества, созданная после 1991 года. За 2007 – 2016 гг. в Издательском доме «Звезда» вышли книги Евгения Евтушенко, Валентина Распутина, Алеся Кожедуба, Любви Турбиной, Валерия Казакова, Александра Черняка, Бориса Костина, Роберта Миннуллина, Вячеслава Ар-Серги (Российская Федерация), Севиндж Нурукызы, Чингиза Али оглу (Азербайджан), Агагельды Алланазарова, Касыма Нурбадова (Туркменистан), Михайлы Слабошпицкого (Украина), и др.

И в-третьих, сложилась большая практика продвижения белорусского художественного слова в другие страны, другие культуры. Только за последнее десятилетие «белорусские номера», подборки белорусской прозы и поэзии увидели свет в литературно-художественных журналах, газетах России, Армении, Казахстана, Азербайджана, Таджикистана, Туркменистана и других стран. В переводе на другие языки вышли отдельные книги современных писателей – в Душанбе, Ашхабаде, Баку, Киеве, Набережных Челнах, Москве, Санкт-Петербурге. Вся эта работа, многообразная деятельность по расширению международных связей и способствовала поиску новых медийных средств, позволяющих объединять пространство, устанавливать коммуникативные отношения как между авторами-писателями, публицистами, так и читателями. Это и подтолкнуло к созданию «Созвучия».

Спроектирована Интернет-страница следующим образом. Существуют ссылки на следующие «окна» или подстраницы: «Главная», «Новости», «Книги», «Абай шествует по планете». «Главная» выводит интернет-читателя на разделы, каждый из

которых представляет отдельную страну СНГ: «Литературный Азербайджан», «Литературная Армения», «Литературная Беларусь», «Литературный Казахстан», «Литературный Кыргызстан», «Литературная Молдова», «Литературная Россия», «Литературный Таджикистан», «Литературный Туркменистан», «Литературный Узбекистан», «Литературная Украина». «Новости» отражают наиболее информационные материалы, здесь выставляются сообщения, заметки, репортажи, информационные корреспонденции. То есть те материалы, которые только что, в оперативном порядке попадают в редакцию «Созвучия» (параллельно они представлены и в разделах по странам). «Книги» – информация о книжных новинках, которые представляют белорусскую литературу на русском и других языках, информация о тех книгах, которые переведены с языков стран Содружества на белорусский язык.

Отдельное тематическое пространство отражено в разделе «Абай шествует по планете». Поэтому об этой части электронного международного литературно-художественного проекта расскажем более подробно.

Абай – классик казахской литературы. Просветитель, чье имя, чьи произведения и сегодня влияют на развитие литературы Казахстана, на мировоззрение казахского народа в целом. Музыкант, философ, яркий мыслитель, общественный деятель, основоположник казахской письменной литературы, фактически первый ее классик. Он проявил себя как реформатор национальной культуры в духе её сближения с русской и европейской культурой на основе просвещённого либерального ислама.

Сегодня Абай является одним из самых издаваемых классиков казахской литературы. Существует целое направление в истории и теории литературы – абаеведение. В разделе «Созвучия» «Абай шествует по планете» представлены литературоведческие и историко-литературные статьи, искусствоведческие эссе, очерки, репортажи, тексты стихотворений Абая в переводе на белорусский и другие языки. Всего раздел «Абай шествует по планете» работает на трех языках – русском, белорусском, казахском. Материалы выставляются в Интернет-пространстве на языках оригиналов. О жанровом многообразии, как и о тематическом характере убедительно рассказывают названия Интернет-«публикаций»:

«Казахстанская составляющая в мировом литературном процессе», «Памятник Абаю в Ташкенте», «Писательские встречи на белорусской земле», «Рецепция творчества Абая Кунанбаева в дальнем зарубежье», «Потомки – последователи Абая», «Абай и его герои в изобразительном искусстве Казахстана», «Круговорот времени в поэзии Абая и А. Фета», «Пушкин и Абай – поэты ренессансного типа», «Постижение Абая». Среди авторов раздела «Абай шествует по планете» – доктор филологических наук, профессор, ректор Атырауского государственного университета имени Х. Досмухамедова Б. Мамраев, академик Национальной академии наук Республики Казахстан, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой казахской литературы Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилёва, кандидат филологических наук, доцент, преподаватель Центрально-Азиатского университета Алма Тусунова, доктор искусствоведения, профессор, заведующий отделом изобразительного искусства Института литературы и искусства имени М.О. Ауэзова, доктор филологических наук, профессор Мериаздан Елеукенов, кандидат филологических наук, доцент Серикаазы Корабай, лауреат Государственной премии Республики Беларусь поэт Микола Метлицкий, кандидат искусствоведения Диляра Шарипова и др. Активным модератором раздела «Абай шествует по планете» является заведующий отделом мировой литературы и международных связей Института литературы и искусства имени М.О. Ауэзова Министерства образования и науки Казахстана Светлана Ананьева. Благодаря ее деятельной поддержке в «Созвучие» поступают материалы, еще не опубликованные в печатных масс-медиа, что делает работу раздела «Абай шествует по планете» особенно ценной.

Обращение к одному из классиков определяет дальнейшие пути развития «Созвучия». Вероятно, было бы правильным расширить страноведческий формат Интернет-страницы за счет внимания к наиболее известным персонажам национальных литератур. Вероятно, сложно определить, кому отдать предпочтение в расширении электронного диапазона странички «Литературная Россия». Пушкину, Лермонтову или Гоголю?.. Или – Тургеневу, Достоевскому или Толстому?.. Но, вероятно, понятно, что «Литературный Кыргызстан» мог бы стать богаче с попыткой

показать жизнь и творчество Чингиза Айтматова, в «Литературной Украине» следовало бы выделить Тараса Шевченко. В «Литературном Туркменистане» не хватает «персонализации» Махтумкули, в «Литературной Армении» – Аветика Исаакяна или Сильвы Капутикян. Современность невозможно осмысливать в полной мере без осознания традиций прошлого, без соприкосновения с историческим опытом.

Кое-что организаторы «Созвучия...» в этом плане уже сделали. Есть Интернет-страница «Михаил Хонинов», посвященная замечательному калмыцкому писателю. Она в белорусском контексте не случайна. Михаил Хонинов – переводчик Янки Купалы на калмыцкий язык, автор поэмы о Хатыни. А во время Великой Отечественной войны М. Хонинов был активным участником партизанского движения в Беларуси. Около 100 публикаций вмещает Интернет-страница «Михаил Хонинов». Интерес для широкого круга читателей, на наш взгляд, представляет и страничка «Немат Келимбетов» – о казахском писателе, литературоведе, человеке со сложной судьбой. В Минске издан ряд его книг на белорусском языке. Все они выложены для пользователей «Созвучия» в версии PDF.

В материалах, размещенных на Интернет-странице «Созвучие», основу составляют тексты литературно-художественных жанров: баллада, лирическое стихотворение, очерк, новелла, повесть, сказка, роман, поэма, эпиграмма, эссе, рассказ, послание и др. Выделяются в отдельную группу жанры литературной критики: литературный портрет, статья, обзор, рецензия и др. В разных разделах главенство берут те или другие группы жанров. Связано это прежде всего с характером коммуникативных связей модераторов сайта. У «Созвучия» есть сеть корреспондентов, которые помогают «нарисовать» портрет современного развития национальных литератур стран Содружества Независимых Государств. Это и является главной задачей электронного художественно-публицистического проекта, учрежденного на сайте Издательского Дома «Звезда».

Безусловно, развитие, дальнейшее расширение проекта «Созвучие» возможно при условии широкого партнерства с заинтересованными сторонами из других национально-культурных пространств, из других стран. Вероятно, реализация данной идеи

могла бы носить более ощутимый эффект, если бы у нее в качестве учредителя выступила одна из интеграционных структур на пространстве Содружества Независимых Государств. Это может быть и Постоянный Комитет Союзного Государства Беларуси и России, а не только, к примеру, Международный Фонд гуманитарного Сотрудничества. Ведь прежде всего мостом к контактам в формате «Созвучия...» выступает русский язык. Да и потом, кому, как не странам, радеющим за взаимопонимание, быть лидерами и художественного коммуникативного общения? И разве «Созвучие...» не выполняет одну из важнейших социальных ролей журналистики – духовно-идеологическую, так необходимую сегодня для консолидации народов разных стран?

Ярким примером оперативного реагирования на художественную ситуацию в мировом культурном пространстве явилось создание на портале «Созвучие...» страницы «Светлана Алексиевич» [2]. Начиная со второй половины дня 8 октября 2015 г., когда стало известно о решении Нобелевского комитета о присуждении белорусской писательнице Светлане Алексиевич Нобелевской премии в области литературы, модераторы сайта учредили Интернет-страницу «Светлана Алексиевич». И буквально за считанные часы, за несколько последующих дней были выставлены десятки материалов, посвященных этой теме.

Что примечательно, многие тексты были написаны специально для «Созвучия...». Пример – выступление директора издательства «Художественная литература» (Москва, Российская Федерация) Георгия Пряхина «Светлана Алексиевич. Феномен потрясающей пронзительности» [3] или – доктора филологических наук из США Тимофея Лиокумовича «Святлана Алексіевіч. У Нобелеўскай прэміі з'явіўся беларускі твар» [4].

Кстати, появление актуальной Интернет-страницы «Светлана Алексиевич» спровоцировало увеличение ежедневной посещаемости портала «Созвучие» буквально в два раза. Это и понятно. Наряду с тем, что внимание всего мирового художественного сообщества в первые дни после решения Нобелевского комитета привлекла сама тема, для «Созвучия...» существенным оказалось участие в разработке темы модераторов, корреспондентов из разных стран. На просьбу написать об Алексиевич, ответить на вопросы, связанные с восприятием ее

творчества, откликнулись писатели, журналисты, литературоведы, переводчики из России, Казахстана, Азербайджана, Черногории, Украины, Китая, Армении, Таджикистана, Молдовы, Туркменистана, Узбекистана, Кыргызстана, Литвы, Латвии, Польши, Вьетнама, Пакистана и др. Как видим, «география» «Созвучия...» непроизвольно расширилась. Также на странице «Светлана Алексиевич» были помещены материалы, опубликованные в печатных и размещенные в электронных медиа других стран. Своими суждениями о книгах белорусской писательницы, о ее мировоззрении поделились Валерий Казаков, Сергей Кандыбович, Лула Куни, Алесь Кожедуб, Римма Ханинова из России, Душан Дурушич, Слободан Вуканович из Черногории, Галина Тарасюк, Алексей Кононенко, Владимир Даниленко, Михайло Слобошпицкий из Украины, Гао Ман, Лю Мяо, Чжан Хунбо из Китая, Яронимас Лауцюс, Витаутас Жеймантас из Литвы, Камран Назирли, Чингиз Али оглу, Севиндж Нурукызы из Азербайджана, Леонид Чигрин из Таджикистана, Эдвард Милитонян из Армении и др. известные писатели, ученые, журналисты.

Несколько слов о таджикской теме в «Созвучии». Отдельная страница «Литературный Таджикистан» вмещает на сегодняшний день (декабрь 2016 года) более 200 материалов. Представлена книга из серии «Созвучие сердец: Беларусь – Таджикистан». В ней – произведения Абдуламида Самадова, Мумина Каноата, Лоика Шерали, Кароматулло Мирзо, Гулрухсор Сафи, Гулназара Келди, Мехмона Бахти, Аскара Хакима, Мавджуда Хакимова, Ато Хамдама, Камолы Насрулло, Фарзоны, Джонибека Акобира, Зульфийи Атои, Низома Касима, Мансура Суруша, Сергея Сухояна, Рано Муборизо, Леонида Чигрина.

Отдельно на русском языке размещена поэзия и проза Ато Хамдама, Рахмата Назри, Ато Мирходжаи Неру, Мехмона Бахти и других писателей Таджикистана. Практическая польза такой страницы заключается прежде всего в том, что те переводчики из других стран, кто владеет русским языком, смогли бы видеть, как развивается современная таджикская литература, что можно в ней выбрать для перевода. Да и литературоведы, литературные критики из других стран смогут познакомиться с современным таджикским литературным процессом.

Конечно, пока что Интернет-страница «Литературный Таджикистан» находится в начале пути по решению данной задачи. Поэтому белорусская сторона и обращается к коллегам из Таджикистана с просьбой о сотрудничестве. Главная цель в следующем – рассказать более широкому мировому сообществу (и на русском, и на английском, и на таджикском, и на белорусском, и на других языках) о творчестве писателей, продолжающих традиции великого Рудаки. Достаточно активно сотрудничает с порталом «Созвучие» известный исторический прозаик из Душанбе – Леонид Чигрин. Через Интернет-страницу «Литературный Таджикистан» читатели всего мира (разумеется, русскоязычные) могут познакомиться с его произведениями – повестями и романами «Власть Соловецкая», «Гаремная затворница», «Таёжный Робинзон», «Мятеж» и другими. Что примечательно, размещение этих повествований в Интернете не остановило редакцию литературно-художественного журнала «Нёман» при принятии решения о публикации в бумажной, печатной версии, к примеру, романа «Таёжный Робинзон» и повести «Мятеж».

Радует, что на странице «Литературный Таджикистан» помещен и перевод стихотворения Франциска Скорины на таджикский язык. Переводчик – народный поэт Таджикистана Саидали Мамур. Большую помощь в контактах сайта «Созвучие» с таджикскими писателями оказывают добрые друзья белорусской литературы – писатели Таджикистана Ато Хамдам, Леонид Чигрин. Благодаря стараниям Ато Хамдама в Душанбе увидели свет книги белорусских писателей Алеся Бадака, Миколы Метлицкого, Юрия Сапожкова, Марии Рудович, Георгия Марчука, несколько коллективных сборников произведений белорусских поэтов и прозаиков. А в Минске на белорусском вышли повесть Ато Хамдама и Леонида Чигрина «Подвиг Эмомали Рахмона», сборники произведений писателей Таджикистана – «Таджикистан: мгновения вечности», «Под звездой Рудаки».

Чего не хватает «Созвучию...» как электронной площадке столкновения мнений, позиций в области художественной литературы, литературно-художественной критики. Устроители портала очень осторожны в использовании самих возможностей электронного медийного ресурса. «Созвучию...» необходим настоящий форум. Надо найти сочетание в решении двух задач.

Первая: информировать о высоком, о лучшем, что есть в национальных литературах стран Содружества. И вторая задача: развить интерес к знакомству с литературой стран Содружества у массового пользователя Интернета. Для этого и нужны и форумы, и такие формы работы, как онлайн-конференции, онлайн-семинары, виртуальные круглые столы, видеомосты и др. Живое общение, конкретные персонажи литературно-художественного процесса помогли бы увеличить вес размещаемых материалов, создали бы более доверительные отношения с Интернет-читателем. Надо научиться говорить с возможным, потенциальным читателем художественной литературы на одном Интернет-языке.

И в первую очередь онлайн-конференции, видеомосты, виртуальные круглые столы следовало бы организовать в среде белорусского литературно-художественного сообщества, с участием белорусских партнеров. Почему бы не сделать портал «Созвучие: литература и публицистика стран СНГ» опытной площадкой в деле сотрудничества печатных литературно-художественных СМИ Беларуси (газеты «Літаратура і мастацтва», журналов «Полымя», «Маладосць», «Нёман») с кафедрами филологических факультетов университетов страны? Тех тем, которые могли бы быть одинаково интересны в формате практической работы как литературных масс-медиа, так и в плане соотношения с учебными программами, предостаточно. Важно, как можно полнее осветить их с расчетом на интерес активных Интернет-пользователей.

Еще одно важное обстоятельство, которое нельзя не учитывать. Работа в Интернете требует самого широкого партнерства с теми, кто пытается идти похожей дорогой. На мой субъективный взгляд, «Созвучию» необходимо идти в общем строю других литературно-художественных порталов.

Наверное, давно пора наладить сотрудничество с журнальным залом «Молоко», в котором выложены Интернет-версии большинства ведущих литературно-художественных журналов постсоветского пространства. А еще – с сайтами литературных музеев, другими Интернет-площадками, посвященными художественной литературе разных стран. Такое сотрудничество будет только на пользу всем сторонам. А Интернет-читателям – прежде всего.

Литература

1. 7 дней. – 2015. – 17 сент.
2. Белорусская писательница Светлана Алексиевич стала лауреатом Нобелевской премии по литературе за 2015 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sozvuchie.zviazda.by/news/2015-10-08-2>
3. Георгий Пряхин: Светлана Алексиевич. Феномен потрясающей пронзительности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sozvuchie.zviazda.by/news/2015-10-09-14>
4. Цімафей Ліякумовіч. Святлана Алексіевіч. У Нобелеўскай прэміі з'явіўся беларускі твар [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sozvuchie.zviazda.by/news/2015-10-16-4>

СПЕЦИФИКА ОСВЕЩЕНИЯ ЖЕНСКОГО ВОПРОСА В ТАДЖИКСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ НАЧАЛА 20-Х ГОДОВ (НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА «ПУТЕВОДИТЕЛЬ ЗНАНИЙ»)

Сохибназарбекова Райхон Мамадаминбековна

кандидат филологических наук,

доцент кафедры истории и теории

журналистики и электронных СМИ

Российско-Таджикский (славянский) университет

raihon2009@mail.ru

В изменении социального статуса женщин в таджикистанском обществе, помимо других факторов, большая роль принадлежит таджикской публицистике, центральным объектом которой уже в течение ста лет становится женский вопрос. Период 20-х годов прошлого столетия характеризуется как один из ключевых этапов не только в развитии таджикской публицистики – его можно считать переломным моментом в истории освещения женского вопроса. Говоря об освещении женского вопроса в публицистике данного периода, следует отметить, что исследователи таджикской журналистики выделяют классическую таджикскую книжную публицистику, которая отделилась от литературы ещё в X веке и начала самостоятельный путь развития [6]. Исследования, касающиеся произведений публицистического характера классического периода, показывают, что для них не характерно освещение женского вопроса. Вероятно, такая ситуация обусловлена тем, что «писатели и поэты, религиозные деятели Средневековья благосклонно относились к женской красоте и харизме, однако утверждали необходимость введения в женское общество конформистских установок и консервативных взглядов, всячески поощряли затворничество» [7, 18], что привело также к отсутствию публичного обсуждения женского вопроса. Что касается женских образов различного характера в художественной литературе данного периода, то опираясь на теоретиков публицистики, можно отметить, что существовало «эстетическое изучение мира и человека» [9], но отсутствовало «политическое понимание и отражение событий в разнообразных формах и видах» [9].

Таджикская публицистика, средством распространения которой становится периодическая печать, появляется в начале XX века с возникновением первых газет и журналов на таджикском языке. Этот период известен в истории таджикской журналистики и публицистики не только активной издательской деятельностью джадидов, но и публицистикой, обогащённой различными идейно-тематическими направлениями, что было обусловлено социально-политическими изменениями в Средней Азии начала XX века. Именно в публицистике джадидов женский вопрос становится одним из центральных.

Считается, что джадиды первыми на Востоке призывали к освобождению женщин, которое должно было открыть для них широкий путь социального прогресса, научного знания и просвещения. В качестве примера, исследователи указывают на статью, опубликованную бухарцем Захириддином Фахриддинзаде в газете «Садои Туркистон» («Голос Туркестана»), где было отмечено: «Если взглянуть на исторические книги любой нации, то можно увидеть, что прогресс или упадок нации зависит, прежде всего, от степени учености или невежественности женщин... Потому что первой причиной развития является наука. Главный путь к учености наших женщин – в их благовоспитанности и образованности».

Обращаясь к массе, автор призывает: «Эй, туркестанские мои соотечественники! Как неблагожелательно мы относимся к нашим женщинам, мы все еще немилосердны и безжалостны по отношению к женщине. Хватит держать их в рабских кандалах, толкать в пропасть невежества. Если мы будем и дальше держать женщин в таком положении, лишенных знаний и воспитания, мы нанесем огромный вред самим себе. Таким образом, мы сами будем причиной того, что потомки наши под их влиянием останутся невеждами и непросвещенными. Давайте сбросим с себя одеяние невежды, общими усилиями освободим матерей единой нации от когтей косности, откроем ради справедливости и гуманности матерям нашей Родины очаги просвещения». Наше светлое счастливое будущее – в руках наших женщин» [12].

Таким образом, важной исторической заслугой джадидов является не только влияние на сознание масс передовыми идеями в области образования, получение знаний по естественным наукам,

открытие новометодных школ, а также попытки изменения отношения к положению и роли женщин.

Содержание, проблемы, тематика и задачи таджикской публицистики подвергаются изменению в 20-годы вследствие установления советской системы на территории Средней Азии, в частности Таджикистана, что позволяет говорить о наступлении качественно нового этапа в развитии таджикской публицистики, соответственно и освещении женского вопроса.

Решение женского вопроса в советском периоде получила высокую оценку исследователей, занимающихся изучением различных аспектов женской проблематики. Начало процессу раскрепощения женщин было положено именно в 20 – 30-е годы прошлого века, когда для практической реализации прав женщин были созданы экономические, социальные, правовые и культурные условия, способствующие изменению их положения и роли в обществе и его институтах.

В этом контексте зарождавшаяся таджикская периодическая печать была включена во внедрение политики советского государства относительно женского вопроса. С этой целью в 1921 году, впервые на территории Средней Азии, был создан специализированный женский журнал «Женщины Туркестана», где печатались материалы на русском, таджикском и узбекском языках [6, 79]. Более того, тема раскрепощения женщин становится одним из центральных объектов освещения периодической печати. Свидетельством является тот факт, что все издания, независимо от тематической направленности, женскому вопросу уделяли особое внимание. Например, рубрика «Гушаи занон» («Женская страница») в газете «Бедории точик» (1927), посвящалась новостям и материалам о жизни женщин, защите их прав, о привлечении их к получению образования и к общественной деятельности. Большинство статей этой рубрики содержали критику людей, требующих выкуп за невесту, и такого отрицательного явления, как полигамия [6, 118]. Статьи, посвященные женскому вопросу, публиковались также и в таджикском сатирическом журнале «Мулло Мушфики» (1927) [6, 125].

Что касается первого литературно-художественного журнала «Рахбари дониш («Путеводитель знаний»), то уже в первых его номерах была создана специальная рубрика «Дунёи занон» («Мир

женщин»), где печатались материалы, отражающие различные проблемы, связанные с решением женского вопроса. В 1926 году начинается движение «Хучум ба фаранҷӣ» («Наступление на паранджу»), как специфическая форма борьбы против патриархальных пережитков, которая в последующие годы приобретает массовый характер в форме демонстративных акций. Проблема отношения женщин к отказу от этой устоявшейся веками традиции и в целом понимание ими свободы и своей новой роли, как в семье, так и в обществе становится одной из центральных в публицистике этого периода. В частности эти проблемы нашли отражение в статье «Тайёри набудааст» («Не подготовлены») [4]. Действительно, рассмотрение автором проблемы свободы женщин в таком ракурсе было необходимым, так как, несмотря на все усилия советского правительства, направленные на раскрепощение женщин, «превалирование патриархального понимания женщинами своей роли и статуса в семье и обществе» [7] вызывало массу проблем при решении женского вопроса. Понимание и восприятие своей новой роли и положения женщинами было различно. Например, как отмечает автор статьи, «некоторые женщины понимали предоставленную им свободу, как право властвования над мужчинами. Другая группа женщин понимает свободу, как свободно выходить на улицу, свободное посещение кинотеатров и других публичных мест. Третья группа женщин, движение против паранджи считают небесной карой, хотя и отказались от паранджи, но при этом ежедневно и ежечасно со страхом думают о греховности своего поступка. Последнюю группу составляют жены государственных работников. Эти женщины отказались от паранджи по настоянию мужей, которые считают, что ношение паранджа женами может помешать их карьерному росту» [4, 24]. По мнению автора, такая ситуация является следствием неподготовленности женщин к осознанию своей новой роли. Более того, женщины не понимают сути свободы и не знают, как следует использовать её: «Мы ожидали, что после отказа женщин от паранджи, они будут стремиться к получению знаний в школах, различных курсах или участвовать в других общественных делах. Свобода без цели и знания не приносит женщине никакой пользы. Наши женщины должны понять, что свобода не обозначает

властвование над мужчинами. Политика советской власти заключается в том, что как мужчина, так и женщина не имеют право властвовать друг над другом. Мужчина и женщина имеют равные права. Свобода женщин Востока будет возможной тогда, когда они своим трудом смогут обеспечить себя, и экономически не будут зависеть от мужчин» [4, 25].

Автор считает 1927 год – годом свободы таджикских женщин. Именно в этом году в некоторых регионах успешно завершилась кампания против паранджи, и, по мнению автора, более успешны в этом процессе были таджики городов Узбекистана, в частности Самарканда и Худжанда. Причина отсталости таджиков Таджикистана в решении проблем с паранджой объясняется в статье «8 Марта и свобода женщин» [2] автора М. Мусави, опубликованной в честь празднования 8 Марта. Как считает автор статьи, в сравнении с Узбекистаном в Таджикистане ситуация с раскрепощением женщин представляется сложной. Эта часть Восточной Бухары во многом является отсталой в силу отрезанности от остального мира вследствие отсутствия коммуникационных средств, например железной дороги. Ситуация усложняется также усилением на этой территории басмаческого движения. Рассуждая о вопросах раскрепощения женщин, автор подчеркивает, что для эффективного решения женского вопроса, коммунисты должны показать на личном примере, то, что они декларируют относительно свободы женщин. Борьба за раскрепощение женщин носит классовый характер, т.е. эта борьба пролетариата с пережитками старой системы.

Таким образом, в вышеотмеченных статьях поднимается проблема неподготовленности женщин к изменению своего социального статуса, что предполагает, по мнению авторов, проведение просветительских работ, тем самым активизировать женщин в борьбе за свою свободу. Безусловно, одна из форм просвещения достигалась посредством публицистики, способствующей ускорению этого процесса. С этой целью на страницах журнала были опубликованы статьи о положительном опыте женщин других стран Востока и их участии в борьбе за раскрепощение и защиту своих прав. Например, статья «Ҳаракати занон дар Шарқ» («Женское движение на Востоке») [8], посвящена

женскому движению в Китае, Турции и Иране, начавшемуся после Первой мировой войны. По утверждению автора, инициаторами женских движений в Иране являются женщины-иранки, побывавшие в Европейских странах, или женщины, которые учились в иностранных учебных заведениях Ирана. Самое важное, как утверждает автор, в Иране есть образованные женщины, поэтессы и писательницы, сотрудничающие с газетами и журналами, посредством которых выражают свою позицию по тем или иным вопросам. Кроме газет, в Иране есть также женские журналы, в частности, в самом Тегеране есть 4 женских журнала «Забони занон» («Язык женщин»), «Олами нисвон» («Мир женственности»), «Чахони занон» («Мир женщин») и «Номаи бонувон» («Книга женщин»). Автор хотя и подчеркивает многие положительные моменты из жизни иранских женщин, но при этом свободу и социальный статус женщин Ирана оценивает через призму идеологической борьбы двух систем.

Сравнивая положение женщин в Иране и Турции, автор пишет, что в Турции были приняты законы, направленные на улучшение положения женщин в этой стране. В частности, закон закрепляет за женщинами право на свободу выбора будущего супруга и право на работу в любых учреждениях, но при этом обязывал женщин до заключения брака представить справку о состоянии здоровья, отказаться от паранджи и носить одежду европейского стиля.

Небольшой очерк «Занони Чини инкилоби» («Женщины революционного Китая») в рубрике «Дунёи занон» («Мир женщин») [5] посвящен участию женских организаций в революционном движении Китая. Автор, рассказывая о жизни женщин в Китае, характеризует их как трудолюбивых, активных членов общества, которые заняты трудом наравне с мужчинами, имеют свои общественные организации, много времени проводят за чтением и на фабриках работают с 8-9 лет.

Попытка понимания свободы и корней несвободного положения женщин предпринята в статье «Таърихи асорати занон» («История гнета женщин») [3], где автором проанализировано социальное положение женщин в досоветский период. С целью выявления причин неравноправия женщин и мужчин, автор проводит исторический экскурс и приходит к выводу, что

«исторически женщина никогда не была свободной ни в древнем Египте, ни в Европе и не имела равные права с мужчинами. Хотя основным принципом культуры, как Египта, так и Европы считается свобода человека, но при этом женщина всегда была несвободной» [3, 8]. По убеждению автора, «несчастье женщин заключается в том, что счастливым всегда был физически сильный человек. Женщина лишена той силы, которой обладает мужчина, поэтому всегда находилась в подчинении мужчин. Слабый человек всегда был несчастным» [3, 8]. Автор видит основную причину подчинённого положения женщин только в её физиологических особенностях, это свидетельствует о том, что в 20 – 30-годы таджикское общество находилось на начальной стадии осознания новой роли и положения женщин в обществе.

Женский вопрос освещен также в обращениях и призывах советских лидеров и лидеров женских движений, напечатанных на страницах журнала «Путеводитель знаний». В частности, было опубликовано [1] «Обращение Клары Цеткин всем труженицам Советских Республик», где автор пишет: «СССР эта крепость, в стенах которой защищается ваше равноправие и свобода. Законы СССР дают вам право на труд наравне с мужчинами. Законы СССР запрещают продавать и покупать женщину как животных, запрещают полигамию и направлены на борьбу с этим отрицательным явлением. Для вас открыты двери всех учебных заведений, чтобы вы могли начать новую жизнь. Впервые, через годы, и через века вы осознали свою личность, вы свободны. Теперь вы должны обратить внимание на свои внутренние враги, как фанатизм, суеверие и старые пережитки» [1, 5].

Таким образом, в таджикской публицистике 20-х годов появляется новая проблема – проблема женского положения и новое видение роли женщины в контексте социально-политических трансформаций общества, что порождает и своеобразную идейно-тематическую специфику публицистики данного периода. Проанализированные нами материалы журнала «Путеводитель знаний» показывают следующие направления, просматривающиеся в публицистике данного периода:

- Рассмотрение женского вопроса в свете новых взглядов на социальное положение женщин;

- Постановка и решение женского вопроса тесно связана с идеями социализма;
- Женский вопрос освещается через призму агитации социализма и социалистического образа жизни;
- При освещении женского вопроса соблюдается принцип классовости, т.е. решение женского вопроса является неотъемлемой частью борьбы новой и старой системы.

Что касается жанровой специфики опубликованных материалов по женской тематике, то просмотренные нами материалы представляют, в основном, жанр статьи. Возможно, в 20 – 30-е годы, в период, насыщенный социально-политическими изменениями в жизни таджикского общества, именно статья в силу своих специфических жанровых особенностей становится более приемлемой формой для освещения значимых проблем, связанных с решением женского вопроса.

Литература

1. Клара Цеткин. Обращение Клары Цеткин всем труженицам Советских Республик // Рахбари дониш («Путеводитель знаний»). – 1928. – № 3. – С.5.
2. Мусавӣ М. Ҳаштуми март ва озодии занон // Рахбари дониш («Путеводитель знаний»). – 1928. – №3. – С.6-7.
3. Р. Таърихи асорати занон // Рахбари дониш («Путеводитель знаний»). – 1928. – № 1-2. – С.42-46.
4. Рукия. Тайёри набудааст // Рахбари дониш («Путеводитель знаний»). – 1927. – №2. – С.24-25.
5. Сатрунг О.Л. Занони Чини инқилобӣ // Рахбари дониш («Путеводитель знаний»). – 1928. – №4-5. – С.57-59.
6. Усмонов И. Таърихи журналистикаи тоҷик / И. Усмонов, Д. Давронов. – Душанбе, 2008. – 279 стр.
7. Хушкадамова Х.О. Социальный статус женщины в современном таджикском обществе: Автореф. дис. ... док. соц. наук. – М., 2013. – 42 стр.
8. «Ҳаракати занон дар Шарқ» // Рахбари дониш («Путеводитель знаний»). – 1928. – №3. – С.8-9.

9. Черепахов М.С. Проблемы теории публицистики. – М., 1973. – 267 с.
10. Шадманова С.Б. Вопросы социально-экономического и культурного положения Туркестана на страницах периодической печати (1870 1917 гг.): Автореф. дис. ... док. истор. наук. – Ташкент, 2001. – 61 с.
11. Шофакирова Р.М. Образ жизни-матери в Шахнаме Фирдоуси. Автореф. дис. ... канд. фил. наук. – Душанбе, 2004. – 21 с.
12. Восточная культура [Электронный ресурс] – Режим доступа:http://vostokcafe.com/mesto_djadidov_v_razvitii_uzbekskogo_prosvesheniya.php

ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ С. АЙНИ

Куватова Алла Ардаевна

кандидат философских наук

доцент, зав. кафедрой истории и теории

журналистики и электронных СМИ

Российско-Таджикский (славянский) университет

akuvatova@gmail.com

Женские образы в таджикской литературе и публицистике – объект многочисленных исследований наших современников. Они (образы) отражают прошедшую эпоху и заставляют задуматься о ближайшем будущем нашего общества, которое уже невозможно представить без таких понятий, как «гендер», «гендерное равенство» и др., сформировавших соответствующую государственную гендерную политику Республики Таджикистан.

Женщина – человек, равная в правах, возможностях, ответственности и соответствующих отношениях (равнопартнерских) с мужчиной. Это основополагающие компоненты гендерного равенства. На пути к фактическому гендерному равенству еще много проблем. Женщине все еще трудно обрести свое лицо в обществе, т.к. продолжают существовать и оказывать негативное влияние гендерные стереотипы.

Произведения литературы и публицистики всегда оказывали влияние на мысли и чаяния людей, способствовали формированию моделей поведения и выбору идеалов – образов для подражания. В этом плане интересно обратиться к творчеству родоначальника таджикской литературы XX века Садрриддина Айни, кто первым в своих произведениях создал новый образ женщины-таджички, которого ранее, по мнению М. Турсунзаде, «не было в классической литературе Средней Азии» [2, 11].

В предисловии к роману С. Айни «Рабы», опубликованному в 1975 году в издательстве «Художественная литература» в серии «Библиотека всемирной литературы», он отмечает, что «героических женских типов почти нет в классической среднеазиатской литературе за редким исключением борьбы женщин за свое личное счастье, в остальных случаях – это

пассивные и безответные страдальцы, существа «низшего порядка», которые не принимают и не могут принять участия в общественной жизни. Лишь великий Фирдоуси сумел создать образ женщины с гордым и сильным характером, исполненной беспокойства за судьбу своей родины и смело возвышающей голос в ее защиту» [2, 11]. Что касается образа женщины советской эпохи, созданного С. Айни, то М. Турсунзаде пишет: «Надо было по-настоящему любить, чтобы впервые в литературе Средней Азии создать образ женщины-борца, женщины-подруги и матери» [2, 16].

В своих романах «Дохунда» и «Рабы» С. Айни вводит новые женские типы, такие как Гульнор, Мухаббат, Фатима. Они отличаются тем, что это женщины-героини, верные подруги, самоотверженные борцы и талантливые строители новой жизни. Например, бригадир Мухаббат в романе «Рабы» говорит о Фатиме: «Она комсомолка, уже три года работает в колхозе. И все это время работает как ударница. Она хороший инициатор и организатор. Хорошо бы другим равняться на нее» [2, 375]. «Именно они (эти типы) открывают перспективу для дальнейшего развития образа женщины в таджикской литературе советского периода» [5, 166]. Эти образы стали примером для многих советских женщин и были воплощены ими в жизни.

Кроме известных образов женщин-героинь новой эпохи, в произведениях С. Айни можно найти описание совершенно других, но не менее интересных представительниц прекрасного пола разного возраста и социального положения – его матери, бихалифы (жены деревенского хатиба (имама), старших девочек, с которыми он учился в школе для девочек, своей тети Тута-пошшо, 80-летней женщины, сказки которой он любил слушать. В этом проявляется гениальность С. Айни, его наблюдательность, любовь к своим персонажам и очень хорошая память о событиях и людях, которых он упоминает в одном из самых значительных своих произведений, написанном на склоне жизни, – «Воспоминания» [1].

Вспоминая свое детство, он, прежде всего, пишет о своих родителях. Лаконично, ясно и конкретно в повести «Коротко о моей жизни» Айни с затаенной любовью рассказывает о своем отце – мудром и сдержанном мастере по обтесыванию жерновов, прививавшем ему любовь к искусству, к наукам и литературе,

мужественном и скромном труженике земли, о матери – нежной и спокойной, любящей, память о которой писатель пронес через всю жизнь. Усталая и больная, умирая, прощается она с сыном без слез и жалоб, с особым предчувствием к будущей славной судьбе сына: «Жить тебе до тысячи лет!» Очень тяжело десятилетний мальчик пережил потерю матери. «У меня на сердце было очень нехорошо, мне хотелось рыдать в голос. Я утешал себя, говоря: «Не может она сейчас умереть, – как же я останусь сразу без отца и без матери!». Когда ему сказали, что его мать умерла, он «не заплакал. Меня как будто обдало огнем, который заставил гореть мое тело и высушил слезы в глазах...» [3].

О своих школьных временах он подробно рассказал в очерке «Старая школа». Когда я достиг школьного возраста, отец был уже слишком занят, чтобы самому приняться за мое учение. Поэтому он отдал меня в школу при мечети нашего кишлака Соктар. В этой школе, однако, я не научился ничему. Тогда отец отвел меня к жене нашего кишлачного имама, у которого была школа для девочек. По сравнению со школой для мальчиков, здесь было лучше. В школе у бихалифы – жены имама – я прочел Хафиза, кое-что из Бедиля и из газелей Саиба...» [3].

Здесь, в этой школе, ему привили любовь к стихам и вообще к творчеству, на наш взгляд.

Отдельно хотелось бы выделить образ жены дяди отца С. Айни Абдулкуддус-ходжи – тетушки Тута-пошшо. В народе ее звали – «Царевна Тута». Люди, никогда не видевшие ее, могли бы вообразить, что она действительно, окруженная прислужницами, как царевна восседает на пуховых перинах. Но Царевна Тута, когда-то высокая и статная, была в пору детства Айни уже скрюченной, высохшей старушкой, одетой в ветхое, заплатанное платье. Кроме старой облезлой козьей шкурки, рваного коврика, засаленного одеяла да нескольких подушек, у нее ничего не было.

Мальчики и девочки собирались у Царевны Туты и слушали ее сказки, предания, рассказы. Дети приносили хлеб, молоко, мясо, плов, кашу. Иногда в дом Туты собирались и взрослые: они тоже не прочь были послушать сказительницу [1].

«Она властно брала нас за руку – эта сказочная Царевна Тута – и вела в свое волшебное царство. Она рассказывала простым, народным языком, очень образно, – вспоминал С. Айни, – я жалею,

что почти совсем забыл ее манеру говорить, ведь с того времени, как я слушал ее, прошло более шестидесяти лет. Я всю жизнь, помня о ней, старался писать, как только мог, проще. Я считаю эту восьмидесятилетнюю старуху своим первым учителем в мастерстве слагать рассказы и всегда вспоминаю ее добром» [2, 53].

Царевна Гута зародила в душе Айни любовь к слову, к поэзии, заставила одаренного мальчика смотреть на мир широко открытыми глазами, поселила в нем жажду знания и первооткрытия [5].

Интересно, на наш взгляд, передан образ школьной девочки Хабибы, через который в полной мере выражено отношение С. Айни к роли женщины в обществе, проявлению характера и других черт, несвойственных в то время женщинам Средней Азии.

В школе для девочек у жены деревенского муллы Биби Халифы, в которую его отдал отец, учились две девочки: Кутбия и Хабиба. Они были самыми старшими из учениц. Хабибе, к примеру, было двадцать лет. «Она была более образованной и общительной девушкой и лучше читала», – вспоминает С. Айни [1, 91].

Из «Воспоминаний» С.Айни: «Я любил Хабибу больше других девочек: она помогала мне готовить уроки и мастерила для меня хорошеньких куколок. Я в то время не понимал любовных стихов, но всякий раз, когда нам приходилось разучивать газели Хафиза, она старалась разъяснить мне их содержание. Если в газели упоминались слова «друг», «любимая» или «возлюбленная», она показывала на дочь хатиба (Кутбию). Если же в стихе были слова «влюбленный», «пленный», «очарованный» или «несчастный», она для примера ссылалась на себя» [1, 91].

Однажды она попросила его принести ей розы. Он сорвал несколько белых и несколько розовых цветов и подарил их Хабибе. Она понюхала белые розы, нахмурилась и спросила:

«– Зачем ты эти принес?»

– Я подумал, что и они вам могут понравиться.

– А тебе какие нравятся больше?

– Розовые.

– Почему?

– Они того же цвета, как и ваше лицо.

Она засмеялась, обняла меня и прижала к груди» [1, 93].

Другой эпизод характеризует отношение С. Айни к женщине в обществе и связан с Хабибой и его братом Сайид-Акбар-ходжа, который попросил передать записку Хабибе. «В школе никого больше не было, и я, не задумываясь, доставил записку по адресу. Она ушла с этим письмом. Когда же она вернулась, лицо ее было бледно, глаза гневно сверкали, губы дрожали. Я был удивлен ее настроением. Я спросил, а когда будет ответ?

Лицо ее вспыхнуло, и глаза сердито блеснули. Она потащила меня за собой. Пройдя через двор, она свернула к хлеву. Войдя туда, сняла с ноги туфлю, ткнула ее в навоз и бросила мне под ноги:

– Вот возьми эту туфлю, брось ее в лицо тому, кто писал это письмо. Это будет мой ответ ему» [3].

Садриддин добросовестно обо всем рассказал Сайид-Акбару.

«Хабиба – легкомысленная дура! – крикнул тот и ударил по лицу Садриддина». Мальчик убежал в слезах и затаил в душе обиду [4]. Позже он с ним рассчитается.

Продолжение истории с Хабибой С. Айни напишет дальше в своих «Воспоминаниях». Однажды Садриддин уговорил бабушку взять его к себе. Сидя во дворе в тени, мальчик видел, как судья Абдулвохид вершит дела. На этот раз он должен был разрешить спор одной девушки с ее родителями. Судья спросил, согласна ли девушка выйти замуж и согласны ли на это ее родители.

«Этот человек теперь для меня и отец и мать. Мне нет дела до их согласия или несогласия!» – твердо ответила девушка. Это и была Хабиба, учившаяся вместе с Садриддином. Она вопреки воле родителей и шариата выходила замуж за гончара, за своего любимого. Это еще раз убедило мальчика, что человек всегда должен оставаться человеком и должен бороться за свое счастье, даже в самые мрачные времена [4].

Творчество С. Айни столь многогранно и актуально, что и сегодня его книги можно перечитывать, переосмысливать, открывать и находить новые образы, созданные писателем, проводить параллели с современностью, задумываться о пройденном пути и думать о будущем, в котором всегда должны быть любовь, понимание, мир и человечность.

Литература

1. Айни С. Воспоминания / Пер. с тадж. Анны Розенфельд [Электронный ресурс] – М.-Л.: Изд-во Академии наук СССР, 1960. – 1082 с. – Режим доступа: <http://books.google.ru/books>
2. Айни С. Рабы. – М. Изд-во Художественная литература, 1975. – 414 с.
3. Айни Садриддин Сайдмурадович. Сборник «Советские писатели». Автобиографии в 2-х томах. Гос. изд-во худ. литературы [Электронный ресурс] – М., 1959. – Режим доступа: http://www.detskiysad.ru/raznlit/avtobiografia_ayni.html
4. Акобиров Ю. Садриддин Айни / Ю. Акобиров, Ш. Харисов [Электронный ресурс]. – М.: Молодая гвардия, 1968. – 144 с. – Режим доступа: <http://padabum.com/d.php?id=49245>
5. Салихов Н.Н. Отражение гендерных проблем в трилогии Дж. Икрами «Двенадцать ворот Бухары» / Женские и гендерные исследования в Таджикистане. Выпуск 1. – Душанбе, 2000. – С. 166-173.
6. Свободная интернет-энциклопедия «Википедия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki>

ЧИСТОТА И САМОБЫТНОСТЬ ТАДЖИКСКОГО ЯЗЫКА КАК ВЕЛИЧАЙШЕЕ НАСЛЕДИЕ ТАДЖИКСКОГО НАРОДА

Раджабова Раъно Рахматовна

кандидат филологических наук

доцент кафедры таджикского языка

Российско-Таджикский (славянский) университет

j.o.92@mail.ru

Представители таджикской интеллигенции на современном этапе развития государственного языка испытывают чувство глубокой удовлетворенности тем, что наш дорогой Таджикистан сумел за годы Независимости, словно зеницу ока, сохранить свою национальное самосознание и преодолеть посягательства и интриги своих врагов на его экономическое и культурное благосостояние. Наш народ за годы своей независимости с высоко поднятой головой живет бок о бок с другими странами мира и с уверенностью смотрит в будущее. Несмотря на то, что независимости Таджикистана в этом году исполнилось только двадцать пять лет, сам он является не молодой страной, а старцем, возраст которого достиг нескольких тысячелетий. Впервые он приобрёл свой государственный опыт тысячу сто с лишним лет тому назад. В то время, когда в большинстве точек мира народы жили небольшими племенами и общинами и были заняты проблемами защиты своих наделов и интересами племён, Исмоил Сомони мыслил об объединении разрозненных племён и основал государство, впоследствии ставшее образцом для окружающих.

Система управления государством, которую внедрили Саманиды, считалась, и в то время, и в последующие века, самой совершенной и цивилизованной системой. Сто восемьдесят лет правления династии Саманидов в Хорасане и Мавераннахре, а также богатейший опыт, приобретенный ими, сегодня могут считаться достойным образцом современного правления страной для Таджикистана. Сегодняшнее руководство страны, учитывая опыт прошлого, знает, что наши предки ставили и добивались высоких целей, они в полной мере добивались распространения справедливости, обеспечения мира и спокойствия для своей нации

и вследствие этого – и для других народов. Саманиды тысячу сто лет назад с целью устойчивости национального государства, его богатой культуры и цивилизации совершили деяния, результатом которых стала их повсеместная слава и блестящие достижения в области правления государством, культуры, литературы. Их наследие является предметом особой гордости для всех таджиков.

К великой нашей гордости, представители династии Саманидов принадлежали к числу людей науки и знатоков литературы. Их отличало тонкое чувство красоты, большая эрудиция, проницательный и гибкий ум. Саманидские правители брали на службу и приближали к себе самых инициативных, достойных и мудрых людей, идеи которых использовали на благо процветания отечества и нации. Примером такого приближения являются Абулфазль Бал'ами, Абуабдулла Джейхани, Ибн Али Исфариони и другие, которые входили в число саманидского «аппарата» и более всего стремились к процветанию отечества, бескорыстно посвящали себя служению народу.

Государство Саманидов всемерно защищало национальные интересы и ценности, культурно-исторические достижения таджикского народа.

Таджикистан после приобретения независимости постоянно прилагает усилия к восстановлению исконно таджикского менталитета, к углублению интереса молодёжи к культурным достижениям. В стране сформировано и развивается убеждение общества в древности его истоков и истории, убеждение в том, что данное государство возникло не на пустом месте и для обеспечения своего существования не нуждается в историческом опыте чужих. Таджикистан неустанно стремится возродить свою древнюю культуру и защитить ее от нападков врагов таджикского народа, которые видят целостность своих интересов в отдалении таджиков от своих корней и в их разрозненности.

Саманиды сознательно вдохнули новую жизнь в тело таджикско-персидского языка, который уже давно был неподвижным книжным языком. Наследие Мохаммеда Джарира ибн Табари по приказу Мансура ибн Нуха было переведено на таджикско-персидский язык, что было чрезвычайно важной и трудоёмкой работой. Этот великий труд был осуществлен стараниями нескольких учёных, которые сознательно ставили

перед собой задачу возрождения таджикско-персидского языка и, как следствие, его культуры. Эти ученые сделали уверенный шаг на пути возврата к своим истокам.

Одной из важных причин формирования эпических поэм этого периода было особое внимание саманидских царей к таджикско-иранскому языку. Стараниями Мас'уда Марвази – поэта начала девятого века был создан поэтический вариант исторических и эпических легенд древнего Ирана. Знаменитый поэт IX века Дакики, служивший при дворе Нуха ибн Мансура, занялся переложением на поэтический лад знаменитого эпоса «Гуштоспнаме». Правитель Абумансур Мухаммед ибн Абдураззак Туси и его визирь Абумансур Муаммари создали великолепное произведение «Шахнаме Абумансури». Впоследствии все эти произведения получили высокую оценку не только отечественных, советских, но также и иранских литературоведов. И, наконец, беспримерный, преисполненный патриотизма и национальной гордости труд великого Хакима Абулькасима Фирдоуси по переложению на поэтический стиль материалов древнеиранского фольклора и мифологии увенчался созданием мирового шедевра под названием «Шахнаме» («Книга царей» – *P.P.*). Всё это указывает на предприимчивость наших предков и дальновидность таджикского народа в деле защиты и сбережения собственной культуры и национального самосознания от притязаний и нападков врагов, которые непрерывно прилагали усилия к их искоренению в связи с тем, что духовное и культурное богатство этого народа беспокоило врагов и пробуждало в них чувства зависти и собственной ничтожности.

Спустя тысячу лет после заката Государства Саманидов наиважнейшим делом, которое было начато потомками великого таджикского народа в период его принадлежности к не менее великой советской империи, еще до приобретения им независимости, является принятие *Закона о языке*. Это грандиозное событие произошло накануне распада Советского Союза.

Благодаря труду и терпению таджикской интеллигенции и таджикских мыслителей, писателей и журналистов, которые не могли смириться с тем, что стилистические нормы разговорной речи снижаются и разговорная речь все более отдаляется от норм литературного языка, а также с тем, что различные группировки по

различным причинам способствуют данному обнищанию прекраснейшего из языков, стараются загнать его в угол уничтожения и забвения, литературный язык был спасён при их непосредственном и активном вмешательстве. Нападки врагов таджикского народа были продиктованы коварным планом, которому не дано было осуществиться из-за настойчивости таджикских учёных-языковедов, являющихся истинными патриотами своей страны и народа. Обе противоборствующие в данном поединке стороны ясно осознавали и осознают, что если нация забудет свой родной язык, она потеряет своё национальное самосознание, забудет о своих исторических корнях и будет бессильна перед врагами.

Старания интеллигенции, которая с первых дней после принятия Закона о государственном языке развернула широкую полемику на страницах СМИ по вопросу принятия или отторжения языком тех или иных лексических единиц, постепенно приводят к желаемым результатам. Благодаря тому, что она смогла приковать внимание государства и общества к этому больному вопросу и издать Закон о языке в Верховном Совете страны, данный процесс динамично развивается и певучий, сладкозвучный таджикский язык год от года укрепляет свои позиции. Этот процесс напоминает то, что происходило тысячу сто лет тому назад. Достойные сыны таджикского народа – Саманиды – в то далёкое время приложили усилия к тому, чтобы максимально приблизить язык к нормам таджикско-персидского языка и таким путём объединить все персоязычные нации и народы под знамёнами единого государства.

Таким образом, с древних времен по сегодняшний период таджикская нация, начиная от её интеллигенции, учёных, государственных работников до простых людей, прилагают большие усилия для укрепления статуса государственного языка и качественного выполнения Закона о языке. В эти годы духовного подъёма всей страны народу необходимо, пользуясь благоприятной обстановкой, приложить все усилия к духовному обогащению своего общества. Сейчас нам нужно пользоваться плодами, которые созрели от ростков, посаженных нашими предками с такой заботой и усердием, с такими трудностями и лишениями. Эти деревья мудрости были посажены благодаря их великому терпению

и преодолению всевозможных лишений, и сегодня эти бесценные плоды находятся в распоряжении таджикского народа.

Издание Закона о языке и то беспокойство о судьбе своей нации, которое проявила таджикская интеллигенция, послужили толчком к великим, но всё ещё не полным переменам в направлении возрождения языка. Ещё более значимое дело, которое увенчает труды всех патриотов таджикского языка, состоит в том, чтобы ценящий культуру и цивилизованный народ Таджикистана осознал и правильно воспринял это беспокойство учёных и интеллигенции, чтобы он поддержал и вместе с ними завершил начатое дело. Народу необходимо проявить особый интерес и чуткость к таджикско-персидскому языку и его письменности, что будет способствовать развитию национального самосознания. Ему необходимо выстроить вокруг себя крепость из культуры, которая была бы способна оказать сопротивление врагам с тем, чтобы им не вздумалось покушаться на независимость таджиков и мешать их дальновидным и свободолюбивым планам. В этом направлении считаем целесообразным расширить круг исследований, посвященных изучению преемственности, рассмотренных в данной статье периодов развития таджикского народа.

Литература

1. Алиасгар Ше'рдуст. След времени. – Душанбе, 2009. – 344с.
2. Бабаханов М.Б. История таджиков мира. – Душанбе, 2010. – 503с.
3. Брагинский И.С. Из истории персидской и таджикской литератур / И.С. Брагинский. Избранные работы. – М.: Наука, 1972. – 524 с.
4. Гафуров Б.Г. Исторические связи Средней Азии со странами Арабского востока / Б.Г Гафуров. Избранные труды. – М.: Наука. 1985.

БОЗТОБИ АНДЕШАЙОИ МАОРИФПАРВАРЧ ДАР ОСОРИ БЕЙБУДЧ ВА АЙНЧ

Шехов Абду одир

номзади илмҳои филологӣ

досенти кафедраи журналистика ва назарияи тарғума

Донишгоҳи давлатии Хуғанд ба номи академик

Б. Фафуров

Найзати маорифпарварч дар ибтидои садаи бист ба дунёи маънавияту тафаккур бузургтарин уламо ва удабои маъруф чун устод С. Айнч, М. Бейбудч, М. Сироғ, М. Ғалол, А. Мунзим, С. Ализода, С. Афзҷ, Ӯ. Муин, А. Фитрат ва чанди дигарро овард, ки Ӯар яки онӮо фарзонагони даврон буданд. Ин чейраи баргастаи маорифпарварч дар о ози садаи бист барои зӯири матбуот Ӯамчун падидаи тозаи адабч-фарӮангч ва густариши андеша ва омӯзайи маорифпарварч заминаи мусоиде фароӮам оварданд.

Дар о ози садаи бист равшангарони тоғик бо истифода аз ин василаи муӮимми табли майдони матбуотро барои тар иби ормонӮояшон васеъ истифода мебуданд. Дар таълифоти онӮо масоили умдаи ғомеа дар соӮайи мухталиф ва Ӯаводиси кишварӮои дуру наздик мавриди бозгӯч арор гирифт. Бо дарки вазъият ва Ӯолати нобасомони ғомеа равшангарон Ӯар яке ба сабки мухталиф масоили иғтимоиро инъикос менамуданд. Дар нигоштаи онӮо дида мешавад, ки чҷ тавр андешайи Ӯамдигарро та вият бахшидаанду Ӯалли он масоилро Ӯар чҷ зудтар талаб намудаанд. Он Ӯама шароити зиндагч аз мадди назари равшангарон дур намондааст. Тамоми масоили муӮимму Ӯалталаби ғомеа аз тарафи Ӯар як равшангари давр дар матбуот инъикос ёфтааст.

МуӮимтарин мавзӯ ва масъалаи муӮимме, ки аз ғониби равшангарон бо шевайи гуногун ва анвои мухталифи адабч ва публитсистч дар сафӮайи матбуот васеъ мунъакис гардидааст, тар иби илму дониши замонавч чун омили аслии ислоӮ ва тағаддуди ғомеа буд. Нуктаи ғолиб он аст, ки равшангарони давр бо он ки марому ормонӮояшон як буд, дар бештари маворид аз андешайи Ӯамдигар пуштибонч намудаанд, ё худ онро боз Ӯам возейтар баён сохта, айдофи волои хешро

йамағониба тар иб намудаанд. Чунончи, мо барои рушанч андохтан ба ин масъала ба осори арзишманди чейрайои маъруфи он замон Маймудхоға Бейбудҷ ва устод Садриддин Айнҷ рӯй меоварем.

Ин фузалои машъури давр бо дарки на ш ва нуфузи илму дониш дар ғомеа дар аксари таълифоти хеш ин омили асосии саодати одамч-илму донишро мавриди тар иб арор додаанд. Масалан, устод Айнҷ дар навиштаи «Йукумати Шӯро ба мо чч дод»- мегӯяд:

«Йеғ ғондоре, бе обу йаво зиндагч карда наметавонад инчунин фарзандони одам беилму маърифат зиндагч карда наметавонанд. авми беилм имрӯз ё фардо майкуми заволанд» — яъне муаллиф ғомеаро йушдор доданист, ки ба шарофати беилмч ба миллату авмио хатари нест гардидан тайдид менамояд.

Йангоми мутолиаи навиштаҳои Бейбудҷ андешайои мазкурро мо дар яке аз ма олайои ӯ «Эйтиёғи миллат» мушойида намудем. Дар ин ма ола Бейбудҷ ба масъалаи илму дониш даҳолат намуда, бо таассуф таъкид менамояд:

«Миллате, ки аз илмиои дунявч беҳабар аст, поймоли миллатҳои дигар мегардад» [6].

Тавре мушойида мешавад, андешайои ин ду равшангари маъруф як маънч доранд. Бейбудҷ чун як чейраи маъруфи замон хуб дарк намуда, ки бидуни омӯзиши илмиои дуняви миллате рушд нахоёад кард, илмро боиси саодати миллат ва фардои дурахшони кишвар медонад.

Ин ғо чун аз илмиои дунявч ёдовар шудем, суйбати мударрис бо марди фарангч ба хотир меояд. Мударрис ба суоли он ки «Дар мулки шумо илми ғу рофиё мехонанд?» чунин ғавоб медийад:

«Ман мударрисам шабио дарс медодам, рӯзио дарс мегуфтам. Кай дастам холч шудааст, ки ин тавр китобҳои йикоятро хонда бошам. Ин китобҳои дар Бухоро нест» [7].

Матлаб аз овардани ин порча аз «Мунозара»-и Фитрат пеш аз йама дар он аст, ки порчаи мазкур бозғӯи вазъи илму донишомӯзии он замони тира аст ва чун ғавоби мударрис агар чунин бошад, пас чч ғои гила аз мардуми одист.

Ба хотири он, ки бубинем, ки ин нуктаҳои аввалан дар навиштаҳои кадоме аз ин равшангарон айд шудааст, ба осори

публиксистии онӣо рӯй овардем. Маълум шуд, ки ин нукта аввал дар ма олаи «Эйгиёғи миллат» (13.07.1913) аз тарафи Бейбудҷ ва баъдан дар ма олаи С. Айнҷ «Йукумати Шӯроҷ ба мо чҷ дод» [2, 1-3] айд шудааст. Бояд гуфт, ки ма олаи Бейбудҷ дар замоне дарғ гардидааст, ки равшангарон орзуи ислоӣи ғомеа доштанд. Навиштаи устод Айнҷ дар айёме, ки ғомеа рӯ ба ислоёт оварда буд ва дар мактабӣои усули нав илмӣои дунявҷ омӯзонида мешуданд, интишор шудааст. Ба андешаи мо йадафи устод Айнҷ аз нигоштани ин ма ола дар он буд, ки йарчанд ғомеа рӯ ба ислоёт оварда буд, лек буданд баъзе афроди хуруфотпараст, ки аз андешаӣои да ёнусии худ даст намекашиданду ба омӯзиши илмӣои дунявҷ халал мерасониданд. Дар йоле,ки ба гуфти С. Ализода «миллатӣои дунё аз баракати илм ва маориф дар йаво парвоз ва зери об шиноварҷ мекунанд, дар як замоне, ки аз тари и фан дар чанд да и а аз арб ба шар ва аз шимол ба ғануб мухобира менамоянд. Аммо йукумати Бухоро шабпара вор чашми худро аз рӯшноии тамаддун пӯшида дар водии зулмот пуё ва дар дарёи ғайолат шиновар аст».

Бояд зикр кард, ки устод Айнҷ низ об тавағғуй ба рушду пешрафти мамолики дигар дар нигоштаӣои хеш аз он боӣайрат ёдоварҷ намудааст ва он йама тарра иёти ин кишварӣоро аз илму дониш доништааст. Чунонҷ, дар ма олаи «Масъалаи шар » [1] ба ин масъала тавағғуй намуда, мегӯяд:

«...Фарангиён аз ғийати илм, йунар ва санъат тара ч карданд, конӣоро кофтанд, кӯйӣоро шикофтанд ва аз йар гуна увваи табиҷ, яъне аз йар чизӣое,ки аз тарафи холи и якто барои манфиати фарзандони одам хал шудааст, истифода карданд».

Дар яке аз ма олаӣои дигар С. Ализода низ аз беилмҷ дар ғомеа изйори хавотирҷ намуда ба мардум мууроғиат мекунад, ки «эй мардуми Бо ишамол то ба илм ба маърифат начаспед, поймол хойед шуд, поймол».

Тавре мушоӣида мешавад, нуктаи зайл идома ва та виати гуфтаӣои болоист, яъне устод Айнҷ, Бейбудҷ ва С. Ализода як чизро дар назар доранд ва бо ин роӣ беилмиро дар ғомеа сахт майкум менамоянду онро сабаби поймол ва нест гардидани авму миллат медонанд.

Аслан, ин амали равшангарони давр яъне якрангии андешайо, та вият додани фикриои йамдигар худ нишони йамдигарфайми ва вайдати маънавию сиёсии онӣо мебошад.

Ба андешаи мо якрангии а ида ва андешаиои равшангарон аз он сар задааст, ки беилмч аз масоили муйимтарини йалталаб дар ғомеа ба шумор мерафт ва он равандро равшангарон мехостанд бартараф созанд. Йар навиштаи равшангарон йушдоре ба айли ғомеа буд.

Таълифоти ғолиби Бейбудч фарогири тамоми масоили мавғудаи ғомеаи он рӯз буда, во еияти игтимоии давр дар онӣо бозгӯч шуда, дар ин замина ин равшангари маъруф он йама иллату дардӣои кишварро баён намуда, авомили аслии зуйури ин дардӣои ғомеаро мавриди баррасч арор медийад, ки ин шеваи нигориши масоил аз писандатарин шеваи нигориши найзати маорифпарварч гӯем йам хато нахоӣад буд.

Чунонч, Бейбудч харғу исрофи зиёдро дар туйу маросимӣои ғомеа дида, дар яке аз навиштайояш («Муроғиат ба ғавонон») аз мардум талаб менамояд, ки «мабла еро, ки барои туйӣо харғ менамоянд, дар роии илмомӯзч сарф намоянд».

Бейбудч дурри мардумро аз илму дониш пай бурда , ба таассуфи зиёд йушдор медийад, ки агар дар ғомеа ислойот нашавад, «баъд аз 25-соли дигар айволи мамлакат ба фасод мувоғей хойад шуд, барои аз даст додани донишмандону олимон дар Туркистон ба йоли зори илму дониш гиря ва дар ғанозаи илм навйагарч хойем кард».

Дар боби ин масъалаи муйимми он рӯз устод Айнч низ дар навиштаиои зиёди хеш ёдовар шудааст. Мавсуф низ ба айли ғомеа руй оварда талаб менамояд, ки «йар кадоми мо камаш рӯзе ду соат умри худро ба тайсили илм сарф намоем» ё ғойи дигар айд намояд, ки «то ғон дорем, вале дар илм ва маориф кӯшем» [2].

Ин равшангари бузург беилмии айли ғомеаро ба омӯхтани илмӣои дунявч йидоят менамояд. Дар ин замина йам чунон устод Айнч аз вазъи номусоиди замона ёдовар шуда чунин таъкид намудааст: «Агар панғой соли дигар , худо накарда ба йамон тарз мегузашт, номи Туркистон дар сафйаиои таърих мемонд» [2].

Тавре мушойида мегардад, равшангарони давр хуб дарк намуда буданд, ки омили асосии рушди ғомеа ва ташаккули инсонӣи сойибхирад, ин пеш аз Ӣама, илму дониш аст. Шароити ногувори ғомеа ва хору зор будани донишмандонро мушойида намуда, равшангарон аз айли ғомеа талаб менамуданд, ки аз кӯи афлату ғайолат ва бесаводч зудтар райоҷ ёбанд, вагарна фардои дурахшон насибашон намегардад.

Дар о ози садаи ХХ, ки оммаи дей онон ба зулму истибдоди Ӣокимону амалдорони давр гирифтор буданд, аз ғабри андози зиёд ва арзи калон доштан аз амлокдорӣо мағбур мешуданд, то заминашонро Ӣам фурӯшанд.

Ин масъала низ аз мадди назари равшангарон дур намондааст. Бейбудч андешайои худро дар ма олаи «Иллатӣое, ки моро мехоянд» баён намудааст. Дар ин ма ола низ муаллиф оммаи дей ононро Ӣушдор дода, таъкид намудааст, ки :

«Агар ин Ӣолат 20-30 соли дигар идома ёбад, замини Ӣавлийоро ағнабийо фурӯхта, аксари хал ба гадоҷ мерасанд... нисфи зиёди хал беватан, безамин дар ба дар мегарданд».

Бо вуғуди нодорч ашшо иву бенавоҷ дар Ӣудуди Осиёи Миёна бархе аз айолч дар тӯю маросимӣо харғӣое менамуданд, ки Ӣисоб надоштанд. Дар он давр расму оин ва бидъатӣои зиёд роиғ буд, ки аз он Ӣама суде набуд, танио харғу исрофи зиёд ва зери арз ӯтидани сойибтӯч ба ниён мерасид.

Бейбудч ин Ӣама харғу исрофи зиёдро мушойида намуда, онро сахт майкум месозад. Дар яке аз навиштайояш дар мавриди хароғоти зиёд Ӣарф зада бо таассуф мегӯяд:

«Харағоте, ки дар тӯй ва таъзия менамоем, агар мо тӯронийо дар роӣи илму дин сарф намоем, ба наздикч ба монанди аврупоийо тара ч менамоем ва барои худамон, динамон обрӯй пайдо менамоем» .

Устод С. Айнч низ ба ин масъала бетараф наистода зидди ин раванд андешайои хешро дар ма олае, ки дар боло зикраш рафт баён намудааст. Дар нигоштааш С. Айнч аз харғу исрофи зиёди баъзе афроди ғомеа норозигч намуда, ба таағғуб афтодааст, ки онӣое ки (А.Ш) надоштаанд, хонаи худро, колои худро фурӯхта , сарфи хавасот мекарданд.

Ин равандро маорифпарварон дар ғомеа майкум намуда ба низом даровардани он Ӣама расму оинӣоро талаб менамуданд. Дей онон мағбур мешуданд, то барои

гузаронидани тӯю маросимӣои худ арз бигиранд. Тавре мушойида намудем, равшангарони давр бо назардошти он ки ин раванд дар оянда мушкилоти зиёдеро ба ғомеа меорад, дар навиштаҷояшон оид ба ин масъала ди ати махсус медоданд. Бейбудҷ дар ма олайли «Муроғиат ба ғавонон», «Бойи зӯракҷ», «Иллатӣое, ки моро мехоянд», «Аъмоламон ё ки муродамон» ин масъаларо ба миён гузоштааст.

Ин ғо бояд гуфт, ки он йолате, ки йанӯз дар ибтидои садаи ХХ мавғуд буд, дар ғомеаи имрӯза низ мавғуд аст.

Яке аз масъалаи муӣими дигари ғомеаи он рӯз, ки айли равшангарони давр ба он тавағғӯй намудаанд, ин масъалаи нарасидан ва набудани мутахассисони соӣайои мухталифи ғомеа ба шумор мерафт. Ин норасоҷ дар ғомеа равшангаронро сахт ба ташвиш оварда буд. Онӣо ин йолатро илллати аз тара ч боз мондан ва рушд намудани соӣайои гуногуни ғомеа медонистанд. Бейбудҷ дар боби ин масъалаи муӣим ма олаеро бо номи «Эйгиёғи миллат» [6] навишта аз наомӯзонидани илмӣои дунявҷ дар мактабӣо изйори нигаронҷ ва соӣибкасб гардидани ғавононро талаб менамояд. Муаллиф зарур будани йу у шиносонро байри йимояи манфиатӣои миллат таъкид намуда, ба таассуф аз набудани духтурони майаллҷ хабар медийад. Ё мегӯяд:

«Сарамон агар дард бикунад ба духтур меравем, аммо забонро намедонем, ки дардамонро ба у бигӯем. Худамон духтур надорем»...

Бейбудҷ дар ин нигоштааш аз бунёди манзилийои нав ёдовар шуда, бо алам мегӯяд, ки «хонапӯш шавед агар на ша ва лойиа лозим, он дам ба инженер муйгоғем... аммо бадбахтона... мо йанӯз мафйуми «муйандис»-ро намедонем.

Ба андешаи Бейбудҷ сабаби асосии соӣибкасб набудани айли ғомеа пеш аз йама бесаводҷ ва дур будани онӣо аз илму дониш аст. Дар ма олаи «Иллатӣое, ки моро мехоянд» боз ба ин мавзӯ баргаштааст.

Устод С. Айнҷ низ аз набудани омӯзгорон сахт хавотирҷ кашида, даъват менамояд, «то ғавонони афифҷ ба йушамонро дар курси омӯзгорон давомот кунонем».

Дар йар сурат ин амали маорифпарварон исботи он аст, ки онӣо йама байри амалҷ гардонидани йадафи волои хеш – ислойи ғомеа талошу ғадол менамуданд.

Аз Бейбудҷ васиятномае бо ҷ монд, ки дар он ба дӯстони маорифпарвараш, аз ғумла устод С. Айнҷ муроғиат кардааст:

«Рафи онам Сидди ҷ, Айнҷ, Фитрат, орҷ ва Ақобир Махдум ва фарзандонам Вадуд Махдум, Абду одир Шукурҷ!

Ба шумо васият мекунам. Ба маориф ёрдам намоед! Ниҳо ро аз байн бибаред! Фарзандони Туркистонро беилм нагузоред! Мактабӣо кушоед! Мо он ва т дар абр ором хоб мекунем»...

Бейбудҷ дар йама йолат аз андешаи рушди илму маорифи кишвараш, боз намондааст, аз нигоҳи дигар ғуфта метавонем, ки устод Айнҷ аз ӯйдаи игрои он вазифае, ки Бейбудҷ дархоста, баромадааст. Он йама хизматӣое, ки устод С. Айнҷ барои хал и тоғик намудааст, йарғиз фаромуш нахоёад шуд. Чун ин ғо дар боби нигоштаӣои публитсистии С. Айнҷ ва Бейбудҷ йарф задем, ғуфтаӣои муя и Абдувалҷ Давронов ба хотир мерасад, ки ғуфтааст:

«Асоси маводи публитсистикаи Айнҷ ва ма олайои адибони дигари ин давраи адабиёти ду дайсолои аввали тоғик аз йамин мутолиа ва оғоӣи онӣо аз матбуот (матбуоти форсиву туркҷ - *А.Ш.*) манша гирифтааст».

Устод С. Айнҷ бештар бо тақя ба матбуоти хориға навиштаӣои хешро омода намуд. Ин нуктаро худи устод таъкид намудааст.

Ба андешаи мо, во еан асоси нигоштаӣои Бейбудҷ аввалан матбуоти хориғ аст, ки ба Осиёи Миёна бо йар гуна ройӣо ворид мешуд. Дувум, сафарӣои Бейбудҷ ба кишварӣои гуногуни дунё ва во еияти ғомеа аст.

Таълифоти Бейбудҷ ва Айнҷ оянги хитобу даъват ба ислыйи ғомеа дорад, ки омили асосии рушду нумӯи ғомеа мебошад. Нигоштаӣои пурдарди ин маорифпарварон бо он йама инъикоси во еии замон, нишонрас бо он масъалагузориву андешаӣои муфид ва хулосаву ғамъбастиё беша у шубъа ба айли ғомеа таъсири худро мерасонад. Ғийатӣои назарраси навиштаӣои ин маорифпарварон дар он аст, ки онӣо дар о оз масъаларо равшанҷ бахшида, зарари онро барои ғомеа шарй дода, бо мисолӣои ани у нишонрас онро тайлилу муёокима менамоянд. Дар охир ройӣои йалли мушқилотро баён намуда, хулосаӣои хешро иброз намудаанд.

Дар боби фаъолияти публитсисти Бейбудҷ метавон гуфт, ки во еан ӯ чун публитсист ба гуфтаи мӯа и он наздик 200 ё 500 адад ма ола нигоштааст.

Равшан аст, ки ӯ ба тамоми масоили умдаи ғомеа даҳолат намуда, авомили рушди кишварро дар навиштаҷояш баён намудааст. Назар ба гуфтаи академик М. Шакурҷ «дар Шар нашрияе набуд, ки ӯ (Бейбудҷ –А.Ш.) дар он ма олае чоп накарда бошад».

Бейбудҷ чун равшангари давр худ дарк карда буд, ки ғавонон ояндасозии кишваранд, 3-ин хотир нигоштаҷои зиёдаш [4] ва «Муроғиат ба мӯитарам ғавонон» [5], «Арзи холисона ба мӯитарам самар андий» [3] ба ғавонон рӯ оварда, эшонро ба илмомӯзиву донишандӯзҷ йидоят менамояд. Бейбудҷ ғавононро аз вазъи ғомеа оғой сохта, онйоро ба вайдату йамгироч даъват мекунад.

Хулоса, бозтоби андешаҷои маорифпарварҷ дар матбуоти о ози садаи бист ба вижа дар осори Маймудхоға Бейбудҷ ва Садриддин Айнҷ яке аз йадафйои волои равшанфикрони замон буд. Аслан, ин амали равшангарони давр, яъне якрангии андешаҷо, та вият додани фикрйои йамдигар худ нишони йамдигарфаймҷ ва вайдати маънавию сиёсии онйо мебошад. Ба андешаи мо якрангии а ида ва андешаҷои ин равшангарон аз он сар задааст, ки аввалан, тар иби илму дониш ва майкум намудани беилмҷ дар фаросуи кишвар яке аз йадафйои мӯйимми найзати маорифпарварҷ ба шумор рафта, айли равшанфикрони замон бо истифода аз васоили таъсиррасон ба афкори ғомеа барои амалҷ шудани он талош менамуданд. Ва йамзамон Махмудхоға Бейбудҷ аз он нафароне буд, ки нахустин шуда, дарду иллоти мардуми кишварро дар сафйаҷои матбуоти даврии дохилу хориға инъикос намуд. Баъдан маорифпарварон хуб дарк намуда буданд, ки агар йама дар якгоягҷ зидди беилмҷ, ғайолату афлати мардум мубориза набаранд, фардо насли ғавони миллат зиёиёну равшанфикронро йаргиз намебахшанд.

Хулоса, пас, аз мутолиаи навиштаҷои ин саромадони матбуоти тоғик равшангарон ба хулосае омадем, ки эшон он йама вазъи номусоиди ғомеаро мушоида намуда, ба тар ибу ташви и ислоҷи вазъи ғомеа дар сойаҷои гуногун талош намудаанд. Аз ин йама талошйо ва ғадалйои равшангарон

метавон мушӯида намуд, ки эшон аз гузаштаи дуру наздик саба ё бардоштаанд. Аз он ҷама сафарӣ, дидаву шунидаӣ ва аз мутолиаи рӯзномаҳои хориҷа байраӣ бардошта, тағрибайи пеш адами он хал ияту авмиоро пазируфта, байри амалч гардидани он ҷама дар ғомеа талошии зиёд намудаанд.

Адабиёт

1. Айнч С. Масъалаи шар // Шӯълаи ин илоб. – 1919. – 29 дек.
2. Айнч С. Ёукумати Шӯроҷ ба мо чч дод // Шӯълаи ин илоб. – 1919. – 15 дек. – № 24. – С. 1-3.
3. Бейбудҷ М. Арзи холисона ба муйтарам самар андийо // Ёуррият. – 1917. – 13.V.
4. Бейбудҷ М. Мувоғиат ба ғавонон // Оина. – 1914. – № 13-07.
5. Бейбудҷ М. Мувоғиат ба муйтарам ғавонон // Ёуррият. – 1917. – 13.V.
6. Бейбудҷ М. Эйтиёғи миллат // Самар анд. – 1913. – № 13-07.
7. Фитрат А. Мунозара. – Душанбе, 1992.

ТАШАККУЛИ ФАЪОЛИЯТИ ЭҒОДИИ БАХТИЁРИ МУРТАЗО

Шаринов Сангимурод Исматуллоевич
омӯзгори кафедраи журналистикаи
Донишгоҳи давлатии ӯргонтеппа
ба номи Носири Хусрав

Бахтиёри Муртазо 23-юми майи соли 1940 дар деҳаи Ёбузи ноҳияи ӯбодиёни бостонҷ дар оилаи зиёҷ – муаллим ба дунё омадааст. ӯбодиён аз минта аи кӯйанбунёди Тоғикистон ба ӯисоб рафта, дайё мутафаккирони бузургу шахсиятёи таърихро ба камол расонидааст, ки Ёаким Носири Хусрав, айрамони Иттиёди Шӯравҷ В.И. Бояркин, шоирон ва донишмандон Зиё Абдулло, Сайдулло Амин, муёа и они шинохтаи кишвар Райими Мусулмониён, Шойзамон Раймонов, Али ул Девона улов аз гумлаи онёоянд. Дар ин зумра журналист, публицист, адиб ва мутарғим Бахтиёр Муртазоро низ метавон шомил намуд. Ин ва амсоли ин ашхос бо қору пайкор ва муносибати инсонии худ на таниё дар фазои илмиву фарёангии минта а, балки кишвар ва ёатто берун аз он шинохта шудаанд.

Падари Бахтиёр, осим Муртазоев ба фаъолияти омӯзгориву давлатҷ маш ул буд ва тӯли зиндагии худ ёамчун омӯзгори пуртағриба, сахтгиру амхор, ройбари қордону дурандеш, хайрхойу адолатхой барои хал у миллати худ соди она хизмат қард. Модари публицист Табаррукподшой Муртазоева низ аз авлоди донишмандони замон буд. Падари ӯ, яъне бобои модарии адиб тайсилқардаи мадрасайои Бухорои Шариф ва Самар анд буд ва аз маорифпарварони замони худ майсуб меёфт. Бино ба маълумоти қитоби « ӯбодиён» «...бобои модариаиш мадрасайи Бухорои Шарифро хонда, муфтии ӯбодиён шуд, ёамзамон мударрис буд, дар мадрасайо дарс меғуфт. Бобои падариаиш Саид Муртазо низ мударрисҷ ва табобат меқард. Ба авли мӯйсафедони дейа, бо забони бисёр фасейу зебо сухан меғуфт. Додари бобои падарии Бахтиёр - Саидғаъфар мадрасайи Тош ӯр они Аф онистонро хатм қарда, як нусхаи аламии «Бадоеъ-ул-ва оеъ»-и Мавлоно Восифиро сав о овард, ки солийо моли ин хонадон ёисоб меёфт. Бахтиёри

Муртазо бисёр порайои ин асарро то йол аз ёд медонад ва китоби дӯстдоштаи ӯ ба шумор меравад» [1, 168-169].

Дар соли 1940 дар муёити Тоғикистон кам оилайое буданд, ки падару модар тайсилдида бошанд ва маорифпарвариро маслаки асосии худ арор дода бошанд. Аммо барои оилаи Бахтиёри хурдсол муёити хонводагч барои тарбия созгор буд. Волидайн, хоса модар барои тарбияи фарзандон тамоми шароит ва имконоти хубро фароёам меовард ва пайваста ба тарбияи фарзандонаш эътибори ғиддҷ медод. Бо тавсияҳои шавӣар фарзандонро ба мутолиаи китоб шав манд мекард, муъаббати китоб ва китобхониро дар алби онҳо бедор мекард, балки ғойгир менамуд. Ин хислати хонаводаашонро баъдтар худӣ публитсист чунин ёдрас шудааст: «Муёити хонавода дар тарбияи инсон муассир аст. Замоне, ки бача будам бо ташви и падари бузургвор пайваста китоб мехондам. Ба авле китоб бейгарин аниси ман буд. Шояд йамин дилбохтагч ба китоб бошад, ки нийоят маро ба дунёи рангини сухан йидоят кард» [3].

Волидони Бахтиёри Муртазо барои дар рӯйияи маърифатгирч, фарӣангдӯстч, ватандӯстч, инсонпарварч ба камол расонидани фарзандон тавағғуӣ хоса зойир намуда, дар ин рой аз осори гаронбайои гузаштагони форсу тоғик фаровон истифода мебурданд, ки ин усул минбаъд натиғайои хуб ба бор овард. Ба таъбири Ш. Раймонов «Падари нависанда осим Муртазо муаллими йалолу покизакор буд, дар ганги зидди фашизм иштирок кард, дар пешрафти маънавии диёр йамчун ройбари мактабу маориф саймгузор шуд. ӯ барои таълимгирандагон, махсусан фарзандонаш китобҳои адибони тоғик, асарҳои С. Айнч ва дигар нависандагонро оварда мехонд» [2, 140]. Бахтиёри Муртазо борӣ дар суйбатҳои худ бо ифтихор ва шукргузорч айд кардааст, ки хонаводаи онҳо дар йа и ат сойиби мактаби бузурги илму маърифат буданд. Йар аъзои хонавода, хоса Бахтиёр низ талош менамуд, ки обрӯю эътибори ин шағарраро нигой дорад ва онро идома бахшад. Барои игрои ин рисолат маърифати баланду ғайонбинии васеъ лозим буд, ки аз ин неъматӣ бузург Бахтиёр байравар аст. Ин хислати ӯ дар як суйбатӣояш чунин айд шудааст: «Ман дар хонаводае бузург шудам, ки йама айли илму маърифат буданд. Онҳо на танҳо дар убодиён, балки хориг аз

он низ шуӣрат доштанд. Масалан, бобои модариам Мулло Хоға дар Бухоро тайсили илм карда бо ду санду китоб ба зодгойашон бармегарданд ва муфтии убодиён мешаванд» [2, 140]. Албатта, дар хонаводаи маорифпарвар ба дунё омадан боиси ифтихор аст, аммо танӣо ин омил боиси тарбияи хуби фарзанд буда наметавонад. Дар роӣи камолоти фарзанд ва ташаккули шахсияти ӯ муӣити оила ва муносибати волидайн таъсири бештар мерасонад. Майз чунин муӣит боис гардида, ки дар замири Бахтиёр йисси кунғковию зиракч ва омӯзишу эгод омили табиҷ гардидааст. Ин аст, ки аксари дӯстону йамкасбони нависанда ин хусусиятӣои ӯро ирсиву авлодч медонанд. Шояд таъсири чунин муӣити солими оилавч буд, ки Бахтиёри Муртазо дар зиндагч мағрои худро пайдо кард, дар ин ғода муста ил гардид ва ба дарағайои баланди эгодч расид, ки адр грдидан бо мукофотӣои давлатч ва медалу ифтихорномаӣои зиёд далел бар он аст.

Бахтиёри Муртазо дар наврасиву ғавонч, такяғойи асосии волидон ба йисоб мерафт ва йамеша ёвару мададрасонашон буд. Ба замми серкорч дар ин синну сол ӯ бо пайдо шудани ва т, ба китобхонаи шахсии падараш, ки аз адабиёти нодири сиёсч, илмч, бадеч ва публитсистч анч буд, ворид гардида, аз онӣо васеъ истифода мекард. Йамин тавр ӯ йанӯз дар замони тайсил дар мактаб ба асарӣои пур ановати адибони классикӯ муосири форсу тоғик аз абили «Сафарнома»-ву «Саодатнома»-и Носири Хусрав, «Бӯстон»-у «Гулистон»-и Саъдии Шерозч, «азалиёт»-и Йофизи Шерозч, «Бадое-ул-ва оеъ»-и Зайниддин Маймуди Восифч, роману повестӣои «Субӣи ғавонии мо» ва «Диёри навобод»-и Сотим Улу зода, «Одамони ғовид»-и Райим Ғалил, «Шодч»-и Ғалол Икромч, «Вафо»-и Фотей Ниёзч, асарӣои безаволи «Дохунда»-ву «уломон» ва «Мактаби кӯйна»-и Садриддин Айнч ва дайӣо асарӣои бадеиву публитсистч тавағғуӣ зойир карда, мутолиа намудааст, ки бешубӣа дар ташаккули а идаронч, ғайонбинч, йисси худшиносиву худоғойч ва маърифати онуниятӣои зиндагч ба вай бетаъсир набудаанд. Йамчунин мутолиаи адабиёти арб, ки дар ин солиё хеле рушд карда буд, ӯ майлу ра бати зиёд дошт ва пайваста аз осори пурарзиши адибони маъруфи ғайон истифода менамуд. Китобхонаи 200-ғилдаи адабиёти ғайонро Бахтиёри Муртазо дар хонааш тартиб додааст, ки дар он бейгарин

асарӣои адибони ғайон аз ғумла «Ғанг ва сулӣ» (дар чор ғилд) ва «Эйё»-и Л. Н. Толстой, «Мағмуаи ашъор» ва достони «Руслам ва Людмила»-и А. С. Пушкин, пйесайои «Шой Лир» ва «Йамлет»-и В. Шекспир, романӣои «Ошёни дворянӣ», «Арафа», «Падарон ва фарзандон»-и И. С. Тургенов, «Роӣи кайкашон»-и Ч. Айтматов, «Задбарги заррин»-и К. Паустовский, «Сурх ва сиёӣ»-и Стендал «Йикояӣ»- А. С. Горкий «Бийшти ғумшуда»-и Ғ. Милтон, «Ғоғиаи Америка»-и Трояда Драйзер, «Повестӣои фалсафч»-и Волтер Скот, «Афсонаи монтроз»-и Пури Танӣ, «Сарсонч ва саргардонч»-и Алексей Толстой мебошанд, ки тӯли солиёни зиёд адиб ғамъоварч намудааст ва онӣоро мутолиа ва бештарашонро тарғума кардааст. Ӯ бо ин восита йамдиёрони худро аз мазмуну мойияти чунин асарӣои безаволи сатӣи ғайонч шинос гардондааст.

Агар ин асарӣо ба ташаккули фикрронч ва вусъати ғайонбинии ӯ мусоидат карда бошад, дилбохтагч ба осори адибону публитсистони варзидаи тоғик чун устод Садриддин Айнч, Фазлиддин Муӣаммадиев, Мутеулло Нағмиддинов ва дигарон василаи роӣнамоӣои ӯ ба кӯи эғод гардидааст. Дар ин хусус худи нависанда чунин менависад: «Асарӣои устод Садриддин Айниро ман дар синфӣои панғуму шашум мехондам ба шав меомадам, ки худ низ ягон чиз нависам. Тадриған ба мойияти асари бадеч сарфайм мерафтагч шудам. Бо роӣбарии муаллим Али ул Девона улов дар мактаб баъзе сайначайо тайёр мекардем». Йамин пайванди хунию маънавч, кору робита бо устодони таълим хойу нохой дар ад ёзондану шукуфтан ва бор овардани дарахти орзу кӯмак мерасониданд» [2, 140-141].

Бахтиёри ғавон ойиста – ойиста майлу хойишаш ба адабиёти бадеч ва эғоду эғодкорч зиёд мегардад. Дар давраи мактабхонч нигоштаӣои ӯ дар рӯзномаи ноӣияи убодиён «Барои коммунизм» баъдтар «Октябр» ва «Пионери Тоғикистон» йоло «Анбоз» чоп мешаванд, ки йаваси ӯро ба ин сойа бештар мегардонад. Йамчунин ӯ дар мактаб вазифаи котиби созмони комсомолиро бар дӯш дошт, ки сарбаландона аз уйдаи ин вазифаи ғамъиятч мебаромад. Та озои ин вазифа буд, ки йаммактабони худро пайваста барои омӯзиши илмӣои да и , пуштибонч аз сиёсати давлатч, эғод, тар иб ва роӣнамоч менамуд. Истеъдоди ташкилотчигч, донишу ғайонбинии

Бахтиёр аз назари устодони муассиса хоса муаллими хизматнишондода шодравон Ғалил Бобомуродов пинён намонд. Рӯзе ӯро устод ба ӯғраи муаллимон даъват намуда, ба зиммааш муъарририи рӯзномаи девории мактабро супурд. Бахтиёр аз ин супориши ногайонч, дар ӯайрат монда, рад карданч шуд. Аммо ба ароре наомада дар майнааш фикре пайдо шуд, ки магар ин масъулият барои ташаккули донишу маърифат ва майорати нигорандагиаш таъсир намерасонад. Бо чунин ният вазифаи муъарририи рӯзномаи девории мактабашонро ба дӯш гирифт. Фаъолият ва муъарририи рӯзномаи девории мактаб ба дили журналисти оянда таассуроти нек гузошт. Дари ғайони маънавч ва эгодкориро барояш боз кард ва дар як муддати кӯтоӣ дар афкораш табаддулоте ба вуғуд омад. Ӯамарӯза навиштаҳои толибилмонро мутолиа ва тайрир намуда, дар шумораҳои рӯзномаи девории мактаб интишор менамуд. Ӯарчанд дар ин солиё Бахтиёр аз талаботи жанриҳои публитсистч во иф набуд, аммо кӯшиш менамуд нигоштаҳои ғолибу ди атғалбкунанда бошанд. Даре нагузашта теъдоди нафарони эгодкор дар муассиса зиёд гардид, ки аз як тараф, боиси маводи рангоранг гардид, аз тарафи дигар, масъулияти муъаррирро дар интихоби матолиби хонданч ва тайриру тайияи он дучанд гардонид. Бахтиёри ғавон бо маслиҳати устодаш нигоштаҳои бейтарини хонандагонро, ки айамияти майаллч доштанд, ба рӯзномаи нойиявч «Барои коммунизм» («Октябр») ва баъзан ба рӯзномаҳои вилоятиву ғумӯуриявч ирсол мекард. Ва те хонандагон дар сайифаҳои рӯзнома навиштаҳои худро бо тайриру такмили Бахтиёр мекунанд, хурсанд гардида, минатдорӣ зиёд баён мекарданд. Обрӯю эътибори Бахтиёр дар муддати начандон зиёд миёни устодону хонандагони муассиса хеле баланд гардид.

Соли 1957 Бахтиёри Муртазо мактаби ӯзирани №48-и зодгояшро бо муваффа ият хатм мекунад ва ба ма сади идомаи тайсил дар мактаби олч ба маркази илму фарӯанг - шайри Душанбе меояд. Ӯ, мисли ӯамсолони довталаби худ бо орзуву ӯаваси зиёд ӯуғғатҳои худро ба факултети таъриху филология, шуъбаи филологияи тоғики УДТ ба номи В. И. Ленин месупорад. Аммо дар раванди супоридани имтиёонҳои дохилшавч ӯ ба бемории сахте гирифтормешавад ва танио дар

як имтиён иштирок мекунад. Сабаи бемории ўро табибон дар иваз шудани и лими минта а ва таъсири боду йаво нисбат медийанд. Ў, ки аз ноийи убодиёни офтобч ба шайри Душанбеи нисбатан сал ин омада буд, ба ин мутафарри ии обу йаво то ат накард. Бахтиёр муддате дар беморхонаи шайри Душанбе табобат гирифта, баъд ба деъа бармегардад. Азбаски ў аз талабагони намуна ва ташкилотчии мойир буд, роибарияти мактаб ба кор даъват карданд ва як сол дар мактаби зодгоиаш ба таълиму тарбия насли наврас маш ул мешавад. Вазифаи омӯзгорч ўро та озо менамуд, ки ба дарсё бо тайёрии йамағониба ояд. Барои тайёрии хуб адабиёти зиёдро бояд мутолиа кард, мазмунашонро мухтасари ёддошт намуд, ғавъари онйоро ба хонандагон расонд. Ғустуғӯйӣ пайваста, мутолиаву тармими йамешагч ва раванди маш улиятӣ дарсч боис гаштанд, ки Бахтиёр баъзе масъалаҳои мубрами сойавиро дарк кунаду донишу ғайонбинии худро такмил диъад ва барои расидан ба йадафӣ олии худ - абул шудан ба мактаби олч заминаи мусоид фароям оварад.

Бахтиёр дар соли 1958 маротибаи дуум йуғғатӣояшро ба факултаи таъриху филология, шубаи забони арабии Университети давлатии Тоғикистон ба номи В.И. Ленин (йоло ДМТ) месупорад. Бо вуғуди он ки имтиёноти абулро ба байӣ хубу аъло супорид, бо сабаби зиёд будани довталабони имтиёздор ба сафи донишгӯён шомил намегардад. Аммо роибарияти донишгоӣ натиғайи имтиёноти ўро ба инбат гирифта, иғозат медийад, ки ба сифати «шунавандаи озод» ба дарсё иштирок кунад. Талаботи «шунавандаи озод» он аст, ки ним сол тайсил мекунад ва агар имтиёноти нимсолаи аввали хонишро бо байӣ хубу аъло супорад, йу у и донишгӯ шуданро пайдо мекунад. Дар акси йол аз ин имконият майрум мемонад.

Ў дар ин боргоӣ илму таълим аз дигар ғавонони йамсоли худ фар мекард, ба андешаи он ки мабодо байӣ паст нагирад ва аз донишгӯч майрум нагардад, шабу рӯз дар омӯзишу ғустуғӯ арор дошт. Ба йамаи маш улият ва дарсӣи устодон иштирок намуда, ғиддан ди ат меод, мундариғай лексияйоро айд мекард, супоришӣи хонагиро аз рӯйи имкон дар сатӣи баланд иғро менамуд. Дар нимсолаи аввали соли тайсил йангоми супоридани имтиён се нафар донишгӯ аз се фанни

таълимч байои айри аноатбахш мегиранд ва аз Донишгои хориг мешуданд. Бахтиёр бошад тамоми фанҳои таълимиро бо байои аъло супорид. Баъд аз ғамбасти нимсолаи хониш декани факултет профессор Додогон Тоғиев ўро ба наздаш даъват намуда, аз вазъи зиндагч ва тайсил пурсон мешавад ва муждаи донишгӯ шуданаширо мерасонад. Талаб мекунад, ки аксаширо оварда шайодатномаи донишгӯиро гирад.

Ин йангом шодиву нишот ва эйсоси фараймандие Бахтиёрро фаро гирифт ва зуд супоришии гуфтаро игро карда, донишгӯи во сии ин муассиса гардид. Баъди чанд муддат донишгӯёро барои кўмак ба марди дей он ба ғамбоварии пахта сафарбар мекунад. Дар ин майдони мейнат низ Бахтиёр натиғайи баланд нишон дода, ди ати ройбарону устодонро ба худ ғалб мекунад. Рўзе сардори гурӯи баъди гирифтани мабла и йа и мейнати донишгӯён аз майдони пахта фирор мекунад ва барнамегардад. Пас аз ангоми мавсими унучини пахта донишгӯён ба Душанбе бармегарданд ва тайсилро идома медийанд. Рўзе декани факултет дотсент Темур Каримов ба синфхонаи донишгӯён даромада бо маслийат ва розигии йамсаба он Бахтиёр Муртазоевро сардори гурӯи таъин мекунад. Бахтиёр аз ин фурсати мувофи истифода карда ба декан арз менамояд, ки тамоми фанҳои талимиро бо байои аъло ғамбаст намудаасту, аммо идрор намегирад. Декан йамон замон ваъда медийад, ки ба рўихати идроргирандагон дохил мекунад ва йамин тавр йам мешавад. Баъди ба дўш гирифтани вазифаи сардори гурӯи йисси масъулиятшиносии ў дучанд мегардад, шав у йавасаш ба хондан боз зиёд шуда, иштирокаш дар корҳои илмиву ғамбиятии донишгои фаъол мегардад. Дар баробари ин чунончи муя и Ш. Раймонов айд мекунад «вай аз овони ғавонч йассосу йушманд буд, бисёр асарҳои нависандагони тоғикро мутолиа карда, дар мактаби олч ба мойияти илмию адабиашон сарфайм мерафт, тадриган ба коргои адабч даст рост кардан гирифт» [2, 141]. Йангоми тайсил дар шуъбаи филологияи тоғики факултети таъриху филологияи УДТ йамкориашро бо рўзномаи донишгои «Ба уллайои дониш» о оз намуд. Дар ин рўзнома пайваста хабару репортаж, мусойибаву лавйа ва йикояи шогирдонаи худро нашр мекард. Дар соли панғуми тайсил ба идораи рўзномаи «Комсомоли Тоғикистон» (Йоло «Ғавонни Тоғикистон»), ки

аз нашрияи бонуфузи кишвар ба ӑисоб мерафт, ба кор меояд. Сармуӑаррири рӯзнома нависандаи тоӑик Мутеулло Нағмиддинов ӑинни суӑбат ба ма сади файмидани обилияти нигорандагии ӯ хойиш менамояд, ки дар бораи ронандаи ба вакили Шӯрои Олии кишвар номзад шуда, лавӑа навишта биерад. Бахтиёр бо гирифтани супориш ду рӯз ӑамроӑи ин ронанда ба коргойаш меравад ва баъди омӯзиш, ғамбоварии факту далел, мушоӑидаӑои лайзаӑои ғолиби рӯзгор ва фаъолияти ӯ бо номи «Кӯш, то хал ро ба кор оч» лавӑас навишта ба идораи нашрия меояд. М. Нағмиддинов лавӑаро боди ат мутолиа намуда, аз соӑибистеъдодии ӯ дарак меёбад, ки фармони ба кор абул шуданаширо имзо мекунад.

Кор дар ин рӯзномаи бонуфуз барои такмили донишу сай али майорати касбии Бахтиёр мусоидат мекунад ва марӑила ба марӑила дар интихоби мавзӯ, эгоди асарӑои калонӑағми публитсистч муста илият пайдо мекунад. Мейнати ӑалолу покиза, омӯзишу ғустуғӯӑиӑои зиёд, ӑамнишин ва суӑбат бо рӯзноманигорон, ӑамкорч бо олимону донишмандон ғайони маънавии Бахтиёри Муртазоро анч гардонида, боиси да и ва асоснок хулоса намудани бисёр масъалаӑои муӑимми рӯзгор шуданд, ки онро мо дар нигоштаӑои гуногунсамти ӯ мушоӑида менамоем. Аз ғумла дар сайифаӑои нашрияи «Комсомоли Тоӑикистон» ма олаву лавӑаӑои «Фарзанди Кофарниӑон» (Комсомоли Тоӑикистон, 1963. – 3 ноябр), «Духтаре аз абодиён» (Комсомоли Тоӑикистон, 1963. – 29 ноябр), «Чаро акӑои рангин» (Комсомоли Тоӑикистон.-1963.-08декабр), «Духтари тоӑик сарбаландч мекунад» (Комсомоли Тоӑикистон, 1963. – 18 март), «Дарахти дӯстч биншон...» (Комсомоли Тоӑикистон, 1963. – 01 май) ва ӑйра пайи ӑам чоп шуданд, ки ди ати хонандагонро ба худ ғалб менамуд.

Кору фаъолият дар рӯзномаи «Маориф ва маданият» сайифаи наверо дар ӑаёти эгодиву адабии Бахтиёр Муртазо бо ч гузоштааст. Дар ин нашрия ӯ бештар ба масъалаӑои муӑимми рӯз, аз абили мактабу маориф, таълиму тарбия дар муассисаӑои таълимч, камбудиву мушкилийо дар ин самт, тайёр кардани мутахассисони соӑаӑои гуногун тавағғӯи хоса зойир кардааст. Бисёре аз журналистону хонандагони нашрияи мазкур ма ола ва очеркӑои «Зинаӑои камолот» (Маориф ва маданият, 1978. – 12 январ), «Дар он ғое, ки Солони равон аст»

(Маориф ва маданият, 1978. – 28-31 январ), «Шикоят кор нест» (Маориф ва маданият, 1978. – 2 март), «Субӣи озодч» (Маориф ва маданият, 1978. – 22 апрел), «Ғодаи камолот ва бунёдкорч» (Маориф ва маданият, 1978. – 30 май), «Роӣи дили инсон» (Маориф ва маданият, 1978. – 29июл), «Оби кашонда ташнашикан нест» (Маориф ва маданият, 1979. – 24 феврал) ва айраро дар хотир доранд, ки бо майорати баланди рӯзноманигорч навишта шудаанд. Дар ин ва дигар ма олайо Бахтиёри Муртазо ба ум и мавзӯи интихобкардааш ворид шуда, барои нишон додани йолати во еии он решаюи мавғударо ғӯё мешавад, камбудийоро ошкор менамояд ва ба ин васила дарки мойият ва мазмуни матолибро ба хонанда осон мегардонад. Ба ин маънч, а лаби навиштайои публитсистии ў рӯйияи инти одч дошта, аз йа и ати зиндагч намояндагч мекунанд.

Бахтиёри Муртазо октябри соли 1986 ба мағаллаи «Садои Шар » ба кор мегузарад ва то соли 1989 дар вазифаи муаррири шуъбаи очерк ва публитсистикаи ин мағалла ифои вазифа менамояд. Ў йангоми фаъолият дар мағаллаи «Садои Шар » йамкориашро бо йафтаномаи «Адабиёт ва санъат» идома дода, бештар ба навиштани асарйои публитсистию бадеч маш ул мешавад. Майз дар ин давра ў фаъолияти пурсамару айрамонийои фарзандони барӯманди тоғикро дар ғабйайои мухталиф ба тасвир мегирад. Дар лабораторияи эғодии ў бахусус жанрйои лавйаю очерк ва иссаи публитсистч мав еъ пайдо мекунанд. Адиб а лаби асарйои публитсистиву бадеиашро аввал дар шакли лавйаву очеркйои публитсистч дар матбуоти даврч интишор намуда, пас бо такмилу тавзей дар шакли китоб дастраси хонандагон гардонидааст. Аз ғумла очеркйои «Дар шойройи Ватан» (Садои Шар , 1976. – №5), «Фидокор» (Садои Шар , 1976. – №11), «Одами ғавйардор» (Садои Шар , 1981. – №3), «Хонаи дарё» (Садои Шар , 1983. – №2), «Лимӯи тоғик» (Садои Шар , 1983. – №8), «Насими Дашти Кокул» (Садои Шар , 1985. – №4), «Дашт обро интизор» (Садои Шар , 1986. – №11), «Вағони пахта ва зардолуи орифч» (Садои Шар , 1987. – №3), «Ғомаи чинор» (Садои Шар , 1988. – №9) аввал дар мағалла интишор гардида, сипас дар шакли мағмуайо ба табъ расидаанд. Дар йафтаномаи «Адабиёт ва санъат» низ чунин нигоштайои адиб хеле фаровон рӯи чоп

омадаанд, ки дарунмои онро айрамониву хештаншиносҷ, фидокориву масъулиятшиносии инсонӣи нағиб ташкил медиҷад. Метавон гуфт, ки фаъолият дар нашрияӣи гуногун на танио ғайони маънавии Бахтиёри Муртазоро вусъат бахшид, балки тағриба ва неруи ўро ғийати шинохти дурусти оламу одам анҷ намуд.

Соли 1990 Бахтиёри Муртазо ба рӯзномаи навтаъсиси «Садои мардум» ба кор даъват шуд ва то соли 1996 дар вазифаӣи мудирӣи шуъба, узви ғайати тайрир ва ғонишини сармуҷаррир кор кард. Аз соли 1996 то 2001 сармуҷарририи нашрияи марказии Ёизби хал ии демократии Тоғикистон – «Минбарихал»-ро ба уйда доштааст. Кор дар ин нашрияӣо то андозае самти фаъолияти ўро та йир дод. Дар эғоди ў ма олаӣи публитсистии рӯйи инти одҷ дошта мав еъ пайдо кард. Дар баробари ин ба фаъолияти адабҷ ва тарғумонҷ низ тавағғуӣи хоса зойир кардааст, ки ин йам аз сермайсулии кори ў дарак медиҷад. Бахтиёр Муртазоев солии зиёд мудирӣи шуъбаи очерк ва публитсистикаи Иттифо и нависандағони Тоғикистонро ба дӯш дошт. Ёдар тарбия ва дастғирии журналистону публитсистони шинохтаи кишвар аз абили Мағиди Салим, Шералҷ Мусоев, Холназар Муҷаббатов, урбон Мадалиев, Додоғони Эғамзод, Акбаралҷ Сатторов, Назокат Олимова ва айра кӯмакӣи хоса кардааст. То йол мактаби бузурги эғодии ўро журналистону публитсистон, адибону тарғумонӣо омӯхта дар ин ғода адамӣи устувор менианд.

Займату талосӣи ў бо ифтихорномаи Кумитаи марказии комсомоли умумиитифо ч (1975), Ордени «Ситораи сурх» (1981) бо имзои Раиси Президиуми Совети Олии СССР Л.И. Брежнев барои хизмати интернатсионалистҷ, Медал аз мардуми миннатдори Ғумӯрии Демократии Аф онистон ба сарбози башардӯст (1983), Ифтихорномаи Президиуми Совети Олии СССР (1985) бо имзои М. С. Горбочёв барои хизмати интернатсионалистҷ, Корманди Шоистаи Тоғикистон (1996) бо фармони Президенти Ғумӯрии Тоғикистон барои хизматӣи хоса дар адабиёт ва фарйанги ҒТ, Аљлоҷии фарйанги Тоғикистон (2000) барои хизмати бебайо дар рушди сойаи фарйанги Ғумӯрии Тоғикистон, Ғоизаи Иттифо и журналистони Тоғикистон ба номи А. Лоётҷ (2008), барои

иссаи «Ман чаро афрӯхтам» ва силсилаи очеркӣ, Ғоизаи адабии Иттифо и Нависандагони Тоғикистон ба номи С. Айнҷ (2009), барои иссаи йӯғғатии «На би исти лол», Нишони сухан»-и Иттифо и нависандагони Тоғикистон (2010) барои хизматҳои арзанда дар соҳаи адабиёт, тарғума ва публитсистика, Алочии матбуоти Тоғикистон (2012) ба муносибати 100 солагии рӯзи матбуоти тоғик, Ифтихорнома аз Кумитаи марказии ғавонони ғумйурч, Ифтихорномаи Иттифо и журналистони Тоғикистон, Ифтихорномаи Шӯрои Олии ҒТ ба муносибати 10 солагии нашри рӯзномаи «Садои мардум» ва айра адршиносҷ шудааст.

Бояд айд намуд, ки Бахтиёри Муртазо дар тарбияи пайвандони худ низ бетараф набудааст. Майз бо йидояту ройнамоийои ӯ бародараш Ибройим Муртазоев ва хойараш Нуринисо Муртазоева ба факултаи филология, ихтисоси журналистика дохил шуда, онро бо муваффа ият хатм мекунад. Соли 1973 баъди хатми УДТ Ибройим муддати зиёде ба сифати ходими адабии рӯзномаи «Октябр»-и нойияи Шайритус фаъолияти эғодҷ намудааст. Оид ба рӯзгор ва фаъолияти эғодии Ибройим Муртазоев дар китоби «убодиён» чунин маълумот мавғуд аст. «Йоғҷ Ибройим Муртазоев солиҳои 1979-1982 ғонишини муйаррири рӯзномаи «Шараф»-и нойияи убодиён, солиҳои 1982-1986 инструктори шуъбаи пропаганда ва агитатсияи Кумитаи Йизби Коммунисти нойияи убодиён кор кард. Баъдан аз соли 1986 то соли 1997 боз йам ғонишини муйаррири рӯзномаи нойиявҷ буд» [5, 307]. Нуриниссо Муртазоева бошад баъди хатми донишгоӣ фаъолияти мейнатиро аз омӯзгорҷ о оз кард. Сипас ба майдони журналистика, ки дар вуғудаш ирсҷ аст, омада, дар ВАО-и кишвар мейнат намудааст. Ба навиштаи Н. Маъмурзода Нуриниссо Муртазоева «...дар радиои майаллҷ кор кард ва соли 1980 ба кори рӯзноманигорҷ гузашт. Дар рӯзномаи нойиявии «Шараф» то соли 1985 кор кард. Аз соли 1985 то соли 1994 дар Кумитаи телевизион ва радиошунавонии вилояти Хатлон ба йайси муйаррири шуъбаи ахбор фаъолият дошт. Солиҳои 1994-2004 дар маркази телевизион ва радиои вилояти Хатлон ба йайси сардори шуъбаи радио фаъолияти мейнатиашро идома дод. Соли 2004-ум Нуриниссо Муртазоева сармуйаррири рӯзномаи вилоятии «Хатлон» таъин шуд. 5 сол ройбарии ин

нашрияро ба уйда дошт» [4, 274]. Насли Муртазоевиоро муйа и он ва донишмандони соѳа дар рушди ВАО-и кишвар хеле назаррас арзѳбч кардаанд.

Умуман Бахтиѳри Муртазо дар дейот ба дунѳ омада, даврони туфулият ва наврасии худро дар он муйит газаронидааст. Муйити игтимоч, шароити оила ва мактаб барои тарбияи маънавии ѳ мусоидат намуда, мейри эгодкориро дар албаш бедор намудааст. Ин мейр ѳро ба муйити дигар – Душанбе меорад, ки тайсил дар мактаби олч, кор дар нашрияѳои гуногун, фаъолияти серсамта диду назар, гайонбинч ва инсонияти ѳро такмил мебахшад. Мейри касб, дѳстдории ватан, масъулиятшиносии касбч боис гардида, ки Б. Муртазо ба адри ва ту зиндагонч бирасад, аз он самаранок истифода барад, ѳам осори зиѳдеро таълиф намояд ва ѳам дар байни ѳамкасбон ва умуман хонандагон обрѳву эътибор пайдо кунад.

Адабиѳт

1. уввати Д., Фозили А., иѳмиддин С. // убодиѳн. – Душанбе: Бухоро, 2014. – 220 с.
2. Раймонов Ш. Тай и ва на д. – Душанбе: Адиб, 2005. – 258 с.
3. Чашми бедору дили бедор [Суйбати Ворис бо Бахтиѳри Муртазо] // Чархи гардун, 2010. – 18 август.
4. Чейраи Хатлон. Мураттиб ва муйаррир: Маъмурзода Носиргон. – Душанбе: Русская литература, 2013. – 562 с.
5. Энциклопедияи убодиѳн. Сармуйаррир: А. Бердизода. – Душанбе, 2014. – 510 с.

НАҚИБХОН ТУҒРАЛИ АҲРОРӢ ВА УДАБОИ ЗУЛЛИСОНАЙНИ ТУРКӢ

Шоев Абдуҳамид Абдунабиевич

номзади илмҳои филолог

устоди кафедраи назария ва тарихи адабиёти тоҷик
Донишгоҳи давлатии омӯзгории Тоҷикистон ба номи

С. Айнҷ

sayron80@mail.ru;

Адабиёт васлгари фарҳангу адаби халқу миллатҳои дунёст. Он тӯли асрҳост, ки ин рисолати азимро адо карда меояд. Мардуми фарҳангии олам, ба вижа аҳли эҷод ба василаи адабиёт ба ҳам қаробати маънавӣ барпо карда, аз бурду бохти ҳам ҳарф мезананд, таҷоруби беҳтарини адабиёро дар осори худ истифода меkunанд, ба шахсияти ҳамдигар баҳогузорч менамоянд ва афкори солими ҳамдигарро тарғиб месозанд.

Тавре ки маълум аст, осори адабӣ бо ду роҳ паҳн мешавад, ки яке тарҷума ва дигаре донишдони забони асл ба шумор меравад. Тарҷума хуб аст, вале ба забони асл хондани осори адабӣ лаззати дигар дорад. Зеро ҳамаи он нозукии нафис, ки адиб дар осораш ҷо медиҳад, танҳо дар матни асл вохӯрдан ва баҳравар шудан имконпазиртар аст. Аз ин хотир, классикони мо ба масъалаи забонамӯзӣ аҳамияти хос зоҳир карда, дар баробари забони модарии худ боз чанд забони минтақавию ҷаҳониро аз бар менамуданд. Баҷо аст, сухани Сиддиқии Аҷзиро дар мавриди зарурати донишдони забон зикр карда бошем:

Агар сесад забон донҷ фузун нест,

Ҳама рӯзат ба кор ояд забун нест.

Надонҷ гар забони модари худ,

Пушаймонҷ надорад оқибат суд.

Солҳо мегузаранд, аммо аҳамияти гуфтаи бузургон ва қору фаъолияти эшон дар хусуси забонамӯзию забондонӣ бештар

мегардад. Дар хилоли ин, мехоҳем ба асли мақсад, нигоҳи Туғрал ба удабои зуллисонайн, ки натиҷаи ҳамин забонмӯзию забондонии онҳост, рӯчӯъ намоем.

Қобили зикр аст, ки Нақибхон Туғрали Аҳрорҷ (1865-1919) аз чехраҳои намоёни адабиёти охири асри 19 ва аввали садаи 20 буда, худ адиби зуллисонайн маҳсуб меёбад. Вай дар масъалаи омӯзиши забонҳо махсусан, ба омӯзиши забони арабҷ, туркҷ, ўзбекҷ, тоторҷ ва русҷ таваҷҷуҳи хос дода, аз як тараф ба яке аз ин забонҳо асар эҷод карда бошад, аз тарафи дигар ба шахсият ва осори намояндагони миллатҳои дигар аз наздик шинос шудааст.

Дар мавриди ба забони арабҷ гуфтутӯ намудани шоир ҷои баҳс нест. Зеро аввалин фанне, ки омӯзиши он дар мадрасаҳо баробари фунуни дигар донистанаш ҳатмҷ буда, ин таълими сарфу наҳви забони арабҷ мебошад. Гузашта аз ин, таркиби каломи Туғрал гувоҳ аст, ки ӯ арабизмхоро дар эҷодиёташ фаровон ва устодона истифода кардааст. Шоир дар ашъори худ ин ба маънҷ ишора менамояд, ки калимоти эҷодиёти ӯро наметавон дар луғоти маъруфи форсию арабҷ ҳам пайдо кард:

Фарҳанги суханҳои дақиқи мани Туғрал,

Не таври «Суроҳ» аст, на гуфтори «Ҳамиз» аст [2].

Чунин мисолҳо дар эҷодиёти шоир хеле фаровон аст, вале ҳамин байти мазкур ҳам барои тақвияти маънии боло кифоят мекунад. Азбаски замони зиндагии Туғрал ба ҳамроҳшавии Осиёи Миёна ба Русия рост омада, ӯ дар қатори садҳо рафшанфикрони ин давра ба шахсият ва забону фаҳанги русҷ, ба вежа дилбарони хубчехру нилобичашми он нигоҳи нек доштааст. Ин аст, ки ӯ вохурҷ ва муоширати худро ба намояндаи мардуми рус самимона ба қалам додааст:

Дидам ба ароба ман зани русиро,

Кардам ба қудуми ӯ заминбӯсиро.

Гуфт: «Аз ҳунару фазл чҷ дорҷ?!» Гуфтам:

«Шогирд манам суханвари тӯсиро» [2].

Тавре ки мебинем, шоир ифтихормандона худро бо ин зани соҳибфарҳанги рус шогирди суҳанвари Тӯсч, яқинан, шогирди Фирдавсии бузург муаррифч кардааст.

Туғрал ғазали дигаре дорад, ки дар бораи як тан соҳибмансабони замонаш гуфта шуда, дар он ба тариқи ҳаҷв қору фаъолият ва шахсияти ӯро зери тозиёнаи танқид қарор додааст. Ин ғазал бо санъати муламмаъ ба забони тоҷикию ӯзбекч дар омехтагч ба ба тарзи баёни калимасозии сифат дар забони русч сохта шудааст:

*Шунав аз ман ҳикоят аз Масеҳи касфурӯшинкч,
Масеҳи касфурӯши аблаҳи беақлу ҳушинкч...
Қаламдонаш биринчч, нархи ӯ даҳ танга мегӯяд,
Ўзим сӯм олибман бу қаламдондур қумушинки...
Губурнотир ба ман гуфто, ки лӯшинки харошинкч,
Ики минг олти юз ӯнолти сӯм гуфта надонистам [2].*

Ин ҷо ибораи ибораи русии «лошад хороший»-ро губернатор дар тавсифи асп мансабдори маҳаллч гуфтааст, вале он шакле, ки дар матн аст, шоир аз нақли «соҳиби асп» иқтибос кардааст.

Ба тарзи баёни русч таваҷҷуҳ кардани шоир як падидаи нодиру объективч маънидод мешавад. Зеро то ӯ касе ба ин тарзи ифода, ки он ҳам дар қофиясозии ғазал ва қорбурди калимоти русч дар шеър зоҳир гаштааст, даст назадааст. Дар ин мисол баробари калимоти русч ва тарзи баёни он, бо риояти санъати муламмаъ, мисроъ ва баъзе аркони байтро ба забони ӯзбекч оро додааст. Маълум мешавад, ки Туғрал ба забони туркч-ӯзбекч хуб балад будааст. Гузашта аз ин, дар дафтари мусаввадаи шоир ба забони туркч-ӯзбекч «соқинома» ва абёти зиёди гуногунжанре ҷой дорад, ки дар маҷмуъ аз забондонии ӯ гувоҳч медиҳад.

Нақл аст, ки босмачиён мардуми водии Зарафшонро ғорат карда, молашонро ба яғмо мебурданд ва агар аз ҷониби соҳибмулкони даъво ё муқобилияте сурат бигирад, дар натиҷа онҳоро ба қатл мерасонидаанд. Дар қатори садҳо зарардидагон

Ниёз ва Ҷумъабой ном ашхос ба дасти босмачиёни ғоратгар меафтанд, молашонро ғорат карда, худашонро ба қатл расонидаанд. Баъд аз ин, ҳамсари Ҷумъабой, ки соҳиби аҳли аёл ва фарзандони зиёд будааст, ба танг омада, ба Нақибхон Туғрали Ахрорч, ки дар ин аём Раиси кумитаи обу замини Фалғарро ба уҳда доштааст, бо мақсади ё дам мурочиат кардааст. Туғрал ба бародараш Мансурхони Бобохон, ки шахси сарватманд буду дар Раёсати комичроия ифои вазифа доштааст, нома навишта, зарурати дастгириро таъкид карда, ҳолати ҷабрдидаро бо рубоии зайл баён намудааст:

Дод аз дастат фалак мардак канҷ?!

Ҷумъабои пастаки зардак канҷ?!

Беш болага бева булди Турсуной,

Каллаи кок булиб улди Ҷумъабой.

Ин рубоҷ агарчи мавзӯи иҷтимоҷ ва хусусияти ҳаҷвҷ дорад, вале ҳунармандона гуфта шудааст. Зеро шоир аз саноеъи зулқофиятайн, мураддаф, тарсеъ ва муламмаъ кор гирифтааст.

Шеър маҳсули тафаккур аст. Ҳар кас ки шеър мегӯяд, вай тафаккури олҷ дорад ва забонро ба дараҷаи олҷ медонад. Аз ин рӯ, ҳар эҷодкоре, ки бо ду се забон шеър мегӯяд ё асар меофарад, вай баробари забони модарии худ забони дигарро ҳам ба ҳадди олҷ медонад ва бо он тафаккур карда метавонад. Ағлаби эҷодкорони зуллисонайн дар ҳамин радифанд. Биноан, Туғрал бо ҳамин тафаккури олҷ ва забондонии худ ба шахсият ва асори удабои турку ўзбек, ки бо забонҳои арабч, форсии тоҷикч, туркии озарч ва туркии ўзбекч асар офаридаанд, ошноҷ дошта, дар «Касидаи бузургон»-аш аз онҳо ба некч ёд карда, хислатҳои хуби инсонҷ ва ҳунари эҷодии эшонро воқеъбинона баҳогузорч намудааст.

Яке аз удабои зуллисонайн, ки диққати Туғралро ба сӯи худ кашидааст, Муҳаммад бинни Сулаймони Бағдодч мутахаллис ба Фузулҷ (1483-1558) мебошад. Фузулҷ зодаи Бағдод аст. Вай илмҳои маъмули замонашро дар назди

падараш, ки қозии Бағдод будааст, аз худ кардааст. Фузулч донандаи хуби забонҳои туркии озарч, форсии тоҷикч ва арабч буда, бо ин се забон шеър эҷод карда, аз худ маҳорати волое нишон додааст. Ба ибтикороти ӯ дар адабиёти туркии озарч асари тамсилч дар мисоли «Бангу бода», «Сухбат-ул-асмор» офарида, авзони арӯзро дар шеъри туркии озарч созгор карда, дар сабки ҳиндч сухан гуфта, яке аз саромадони адабиёти туркии озарч, форсии тоҷикч ва арабч эътироф гаштааст. Ба ин абёти Фузулч тавачҷуҳ мекунем, ки саршори самимият ва муҳаббат аст:

*Ёр хоҳч, дило зи қон бигзар,
Аз ҳама ҳастии қаҳон бигзар...
Якдилу якзабону якрӯ бош,
Аз сари тезии забон бигзар.
Аз Фузулч насиҳате бишинав,
Дар яқин кӯшу аз гумон бигзар [7].*

Туғрал ба истеъдоду маҳорати суханварию Фузулч баҳои баланд дода, ӯро барҳақ, аз саромадони адабиёти туркч номидааст:

*Нест ба туркч чу Фузулч дигар,
Бода ҳамон бода бувад ҳар куҷост [2].*

Воқеан, барои шахси бофарҳангу забондон асари адабч ба ҳар забон, ки бошад, қобили мутолиа ва арзиш асту муаллифи ҳунарманди он гиромч. Туғрал, ки худ аз ҷумлаи чунин эҷодкорон буд, аз алфози осори Фузулч махсусан, осори ба туркии озарч эҷодкардаи вай огоҳии хуб доштааст. Бинобар ин, Фузулиро дар шеъри туркии озарч мумтоз дидааст. Ҳарчанд Фузулч дар гуфтани шеъри форсии тоҷикч ва арабч дасти тавоно дорад, Туғрал бинобар озариасл будани ӯ ва шоҳкориҳои адабиаш ба ин забон маҳорату малакаи шоириашро дар шеъри туркии озарч аз ҳама бештар ҳисобидааст.

Адиби дигаре, ки Туғрал ба шахсияташ баҳои баланд додааст, Низомиддин Алишер Навоҷ (1441-1501) аст. Навоҷ тарбиятдидаи мактаби адабии устод Абдурахмони Ҷомист. Бо роҳнамоч ва тавсияҳои Ҷомҷ Навоҷ камоли маънавҷ ёфта, дар адабиёт соҳиби эътибори баланд гардидааст. Навоҷ шеърғӯиро аз мактаби удабони бузурги форсу тоҷик Ҷомҷ барин устодони он омӯхта, нахуст ба забони форсии тоҷикҷ бо тахаллуси «Фонҷ» шеър мегуфтааст. Баъдан, вақте ки дар шеърӯ шоирҷ таҷрибаи кофҷ ба даст меорад, бо тавсияи устод Ҷомҷ бо забони туркии ўзбекҷ дар тахаллуси «Навоҷ» эҷодиёташро идома бахшидааст. Навоҷ дар рушду такомули адабиёти туркии ўзбекҷ саҳми намоён дорад. Халқи бародари ўзбек хизматҳои ин шахсияти бузургро қадр намуда, ўро асосгузори адабиёти худ медонанд. Навоҷ воқеан, шахсияти барҷаста ва соҳибистеъдоду инсонии шариф будааст. Вақте ки дар дарбори Темуриён вазифаи гуногуни идораи давлатро бар дӯш доштааст, ҳамеша ба ниёзмандон ва аҳли илму адаби замонаш дасти ёрҷ дароз мекардааст. Аз ин рӯ, агар Туғралро маҳорати шоирии Фузулҷ мафтун карда бошад, Навоиро ба шахсияташ, ки молмоли хасоили нек аст, мутаваҷҷеҳ намудааст. Туғрал шахсияти Навоиро ситоиш карда, зимомдорони замон даъват менамояд, ки мисли Навоҷ дасгирӣ аҳли адаб ва ниёзмандон бошанд, то аз худ номи неку ривоёт ва қиссаҳои ибратбахш боқҷ гузоранд:

Бин, ки Алишер Навоҷ чҷ кард?!

Булбули бисёр аз ў дар навест.

Буд дараиш маҷмаи арбоби фазл,

То ба кунун аз карамаш қиссаҳост [3].

Манзури шоир аз мисраи «Булбули бисёр аз ў дар навест» ҳамоно шоирону эҷодкороне, ки зери ҳимояту сарпарастии Навоҷ қору фаъолият мекарданд, ўро бо ин ҳама ба некҷ ёд мекарданд, маънидод мешавад. Ба таъкиди Туғрал дарғаҳи Навоҷ маҷмаи арбоби фазл будааст, ки аз карамаш то кунун

қисса мекунанд. Дар мавриди хайру саховат Навоҷ чунин мефармояд, ки:

Чавонмард аз карам муфлис нагардад,

Сахиرو аз ато чин нест дар чеҳр.

Ба пошидан чч нуқс ояд ба дарё,

Ба афшондан чч кам гардад зари меҳр [2],

ҳам тарбия аст ва ҳам гувоҳи хислати накӯи худи шоир.

Муносибати ҳасана, дӯстона ва устодонаю шогирдонаи Ҷомиву Навоҷ ва ҳамчунин хислатҳои накӯи ин ду ноби агони адабиёт қобили пайравии миллатҳои тоҷику ўзбек мебошад. Аз ин бармеояд, ки адабиёти асил, эҷодкорони асил ва аъмоли чунин инсонҳои шариф ҳамеша мавриди омӯзиш, ибрат, баҳрабардорч ва тараннуму ситоиш қарор мегирад. Албатта, бозгӯ кардани ҳамаи шуарои зулнисонайни туркнаҷод, ки дар «Қасидаи бузургон»-и Туғрал ба таваҷҷуҳу баҳогузори ин шоири нуктасанҷу забондон сазовор гаштаанд, аз ёрои мо берун буда, дар ин мухтасар намеғунҷад. Бинобар ин, бо ҳамин ду намояндаи бузург, ки дар адабиёти тоҷикию туркҷ ва ўзбекҷ мавқеи намоён доранд, иктифо карданамон баҷост. Зеро аз рӯи он чи ки баён шуд, метавон ба осонҷ муносибати Нақибхон Туғрали Аҳрориро бо Фузулҷ ва Навоҷ муайян намуд ва ба натиҷаи зайл ноил гардид:

1. Адабиёт воситаи муҳимми ба ҳам омадани халқу миллатҳои дунё арзёбҷ мешавад. Зеро он тавассути тарҷума ва мутуни аслии худ ба афкори мардум ворид мешаваду андешаи арзишмандеро, ки қобили арҷгузориву пешрафти ҷомеаи ҷаҳон бошад, ба миён мегузораду зимнан муаллифи худро дар намояндагҷ аз ин ё он миллат муаррифҷ мекунад ва ба ин васила ҳамфикриву баҳамоиву ҳамшинохтиро дар байни миллатҳои гуногун таъмин месозад. Намунаи барҷастаи ин муносибати ҳасанаи удабои тоҷик, турк ва ўзбек мебошад, ки тӯли қарнҳо идома дошта, натиҷаи хубе ба бор оварда, қаробат

ва ҳамдигарфаҳмиву рафоқатро, байни ин миллатҳо бо баҳодихиву бардоштҳои муштарак ба вучуд овардааст.

2. Нақибхон Туғрали Аҳрорч, ки худ шоири зуллисонайн аст, ба удабои ҳамсони худ, аз ҷумла бо Фузулҷ ва Навоҷ муносибати нек зоҳир кардааст.

3. Маълум шуд, ки Туғрал ба ҷуз забони модарии худ-тоҷикч, боз забонҳои арабч махсусан, туркч ва ўзбекиро хуб балад буда, бо удабое чун Фузулҷ ва Навоҷ равобити қавч дошта, осори эшонро дар мутуни аслиаш мутолиа карда будааст.

4. Туғрал агар ба ҳунари суханофаринии Фузулҷ дар шеъри туркии озарч баҳои воқеҷ дода бошад, Навоиро ба шахсияташ арҷ гузошта, хислатҳои неки инсониро васф ва ҳуккоми замонаро ҳушдор додааст, ки мисли ў рафтор намуда, аз худ номи накӯ боқч гузоранд.

5. Туғрал бо тавачҷуҳ ва равобити ҳасана доштанааш бо адибони зуллисонайн, анъанаи накӯи классиконро дар замони худ тақвият ва идома бахшидааст.

6. Андешаҳои Туғрал дар бораи шахсият ва ҳунари суханофаринии ин ду адиби бузург воқеҷ буда, ба хулосаи адабиётшносон ва маълумоти сарчашмаҳои адабиву таърихч комилан мувофиқат мекунад.

7. Дар замони имрӯз бояд мо анъанаи неки классиконамонро ҳифз намоем, дар заминаи забони модарии худ боз чандин забонҳои байналмилалию минтақавиро омӯзем, равобити ҳасанаро байни халқу миллатҳои ҷаҳон тавассути адабиёти асил, ки дорем, қуввати маънавч бахшида тавонем.

Адабиёт

1. «Гулчине аз гулзори назми Фузулҷ» / Дар таҳия ва сарсухани Раҳим Ҳошим. – Сталинобод: Нашриёти давлатии Тоҷикистон, 1960.

2. Ахрорҷ Н.Т. Девон. Тасхеҳ ва тавзеҳу пешгуфтори Нуралиҷ Нурзод / Н. Т. Ахрорҷ. – Хуҷанд: Хуросон-Медиа, 2015.
3. Дурҷ-3. Китобхонаи бузурги электронии шеъри форсҷ.
4. Навоҷ А.А. Девони Амир Алишер Навоҷ.Ба эҳтимоми Рукнуддин Ҳумоюнфараҳ. – Техрон: Асотир, 1375.
5. Фонҷ А.А.. Девони форсҷ. Дар таҳия ва сарсухани Алии Муҳаммадҷ. – Душанбе: Ирфон, 1993.
6. Фузулҷ М. Девони форсии Фузулҷ. Ба эҳтимоми Ҳусайба Мозҷ-Уғлу.-Техрон: Дабирхонаи кунгураи бузургдошти Ҳаким Муҳаммад Фузулҷ. – 1374
7. Ҳазор сухан аз сад шоир. Дар таҳия ва сарсухани Иброҳими Наққош. – Душанбе Ирфон, 2011.

ПРОБЛЕМАТИКА ЖУРНАЛИСТСКИХ ВЫСТУПЛЕНИЙ УМБЕРТО ЭКО

Кулаева Фируза Алишеровна

магистр 1 курса отделения журналистики
Российско-Таджикский (славянский) университет
firuzahon05@mail.ru

Умберто Эко является блестящим итальянским романистом, одним из выдающихся представителей постмодернизма в литературе. Его романы, в особенности «Имя розы», знает весь мир. Более того, они наметили новые пути развития как философии, так и литературы. Кроме того, Эко знаменит и в научных кругах – своими философскими трудами, серьезными исследованиями в области семиотики, медиевистики, культурологии, литературной критики. Однако в качестве журналиста Эко почти неизвестен мировому читателю, тогда как его журналистская деятельность занимала важное место в жизни и творчестве писателя и представляет огромный интерес как для журналистов, так и – исследователей журналистики.

Умберто Эко активно сотрудничал с момента его создания в итальянском еженедельнике «Эспрессо», а также в таких итальянских газетах, как «Иль Джорно», «Ла Stampa», «Коррьере дёлла Сэра», «Ла Република», «Иль Манифесто». Перу Эко принадлежат множество журналистских и публицистических работ, в частности такие, как «Заметки на полях «Имени розы», «Пять эссе на тему этики», «Полный назад», «Горячие войны», «Популизм в СМИ» и статьи авторской колонки «Картонки Минервы» [3; 5; 9]. Именно на анализе статей колонки Эко «Картонки Минервы» и основана данная статья.

Авторская колонка Умберто Эко «Картонки Минервы», которую он стал вести в миланском журнале «Эспрессо» с 1985 г., была одним из главных способов писателя реагировать на актуальные события, выражать свою точку зрения и позицию по тем или иным вопросам, поднимать и анализировать ту или проблему. Нами были изучены избранные статьи только за 1991-1999 гг. по довольно банальной причине: только они пока

переведены на русский язык и собраны в сборнике «Картонки Минервы. Заметки на спичечных коробках» [7].

Большая часть «картонок» Эко были написаны на злобу дня, и проанализированные им проблемы остаются актуальными по сей день – будь то миграция, насилие, война, человеческие слабости, нравы, образование, культура, вечные философские вопросы, всемирная паутина и др.

Следует остановить внимание на вопросе о миграции, т.к. данная проблема особо актуальна для нашей страны и нашего народа. Умберто предлагает смириться с массовым переселением народов, однако здесь встает вопрос о том, что в таком случае делать с такими негативными явлениями процесса миграции, как нелегальность проникновения, траффик людей, нередкое антиобщественное и аморальное поведение, нарушение законов и правил поведения и так можно перечислять бесконечно. Миграция влияет на имидж принимающей стороны и на взаимоотношения с «мигрирующей» страной. Кроме того, миграция это еще один способ политического давления. Таким образом, это серьезная проблема, которая постоянно стоит на повестке дня причастных сторон.

Необходимо отдельно отметить такое журналистское явление, которое у нас встречается крайне редко, как полемика на страницах прессы. Журналистские выступления Эко, в частности в колонке «Картонки Минервы», в данном случае представляют собой прекрасные образцы такого опыта. Полемизируя с тем или иным интеллектуалом, Эко всегда прямолинеен и открыт в выражении собственного мнения и отношения, а искусное владение своим главным стилистическим оружием – иронией и сарказмом – помогает ему метко попадать в цель.

В «картонках» поразительно то, что они свободны от длинных вводных слов, пояснений. Эко не докучает читателю – он его интригует и вовлекает. Статьи не повторяются, каждая из них уникальна. С ненавязчивостью он высказывает свою мысль и делает это грамотно и обоснованно. «Картонки Минервы» наполнены статьями, непохожими друг на друга, которые охватывают наиболее важные, по мнению Умберто Эко, жизненные вопросы и заставляют размышлять о силе слова, о морали, о людях, о политике, о компьютерах, об Интернете, о секрете успеха того

или иного фильма, что вызывает еще больший интерес у читателя. Эко своими статьями стремился разбудить «серые клеточки» читателей и заставить их работать.

Широкий круг охвата проблем делает статьи Эко легкими для чтения. Его статьи дают пищу для размышлений. Тон статей Эко располагают читателя к себе, они диалогичны, чувствуется близость автора к читателям. Он не доминирует во время беседы, он дает читателю возможность познакомиться с его мыслями, идеями и, наконец, сформировать свою точку зрения.

Одной из наиболее важных проблем, которой Эко уделяет особое внимание в своей колонке, является проблема насилия в ее различных проявлениях. Эко рассуждает о войне, ее сущности и обликах, почему общество с материальной стороны прогрессирует, а с духовной деморализуется, о том, для чего служит кровопролитие в нынешнем веке, можно ли обойтись без войны.

Война и насильственная преступность – это кровожадные звери, сопровождающие человечество всю его историю. Война то угасает, то вспыхивает, как ненасытное животное, требующее все больше крови. Чего она добивается? Чтобы торжествовать над людьми, над миром? Но что будет потом, если мир рухнет, люди погибнут? Будет ли существовать война? Пока существуют люди, и дальше будут возникать военные действия. Это неотъемлемая и страшная часть нашей жизни. Но, парадоксально, пока есть война, смерть, беды, мы ценим мир, жизнь, счастье. Бывают ли случаи, когда она оправданна? Именно на эти вопросы пытается найти ответы Эко в своем очерке «Война, насилие, справедливость» [7].

Итальянский писатель рассуждает о том, как за две тысячи лет изменилось понятие «война» и может ли сегодня война быть справедливой. Если раньше существовало одно универсальное понятие войны, то за «последние сорок пять лет мы наблюдали другую форму насильственного сдерживания предполагаемого противника – холодную войну» [7]. По мнению Эко, холодная война лучше открытой войны хотя бы из-за того, что она приносит меньше бед и не вовлекает невинных.

Страшной, чудовищной составляющей войн нередко становится геноцид, о котором также пишет в своих статьях Эко. К сожалению, данная проблема не исчезла к XXI столетию. И сегодня

имеют место войны и конфликты на расовой, национальной и религиозной почве, этнические чистки, как, например, во время войны в Косово в 90-е гг. прошлого века. Эко поднимает сложный вопрос о том, правомерно ли международное военное вмешательство в дела отдельно взятого государства во имя предотвращения большего кровопролития, большего зла? Он размышляет об этических сторонах вопроса, о поиске эффективных путей разрешения конфликта и спасения жизней. Югославскую трагедию – этнические чистки – он назвал «ужасным злом, которому надо противостоять» [7].

Особое внимание в «Картонках Минервы» Эко уделяет спорному вопросу о правомерности смертной казни. О нем он рассуждает, например, в статье «Повешенье в прямом эфире, за ужином». Эко выступает против такого рода наказания и призывает его сторонников быть вовлеченными в процесс наказания, иметь мужество взглянуть в лицо смерти, например прямо во время обеда, а не просто голосовать издали за принятие подобного рода решения. Эко пишет: «Если ты лично за смертную казнь, то должен быть готовым увидеть осужденного, который сучит ногами, отрыгивает, пускает пену, хрипит, кашляет и отдает Богу душу» [7]. Эко считает смертную казнь бесчеловечной и бессмысленной. Действительно, смертная казнь лишена смысла. Стоит только взглянуть на статистику, как можно заметить, что ее существование в обществе не приносит той пользы, за которую ратуют сторонники. Она порождает зло, поддерживает насилие, питает нездоровый интерес людей к жестокости и возвращает в них равнодушие. Доклад ООН в 2006 г. продемонстрировал, что в странах, где смертная казнь разрешена, преступления, «достойные» данного наказания, случаются чаще. Таким образом, смертная казнь не является в этом случае сдерживающим фактором.

Тему смертной казни эмоционально ярко Эко раскрывает в статье «New York, New York, what a beautiful town!» («Нью-Йорк, Нью-Йорк, что за красивый город!»). Признаваясь в своей любви к городу, Эко, тем не менее, пишет о том, что отныне будет стараться посещать его лишь в исключительных случаях, и причиной тому то, что «в штате Нью-Йорк восстановили смертную казнь» [7]. Эко пишет: «Как можно жить в городе, где для того, чтобы объяснить, что нельзя убивать, – убивают? Где, чтобы отвлечь кого-нибудь

от мысли воткнуть мне нож в живот, меня подвергают риску, что непредвиденная судебная ошибка позволит сделать мне смертельную инъекцию в руку или еще куда-нибудь? Как я могу еще считать жизнелюбивым город, которому предстоит жить в тени узаконенной смерти? Видеть в каждом встречном прохожем потенциальный труп да еще и знать, что большинство из них счастливы до безумия от такой перспективы, потому что они голосовали за тех, кто не остановился перед убийством» [7].

Смертная казнь дегуманизирует общество. Создавая институт смертной казни, государство оправдывает убийство в сознании людей и подрывает такой основополагающий принцип общественной морали и нравственности, как полная неприкосновенность человеческой жизни. Не стоит забывать и о том, что, как отметил Эко, возможны судебные ошибки, исправить которые невозможно.

Вопрос верности судебных решений рассмотрен Эко в статье «На телевидении доказывают не отсутствие вины подсудимого, а незаконность обвинения» [7].

В своих статьях Эко рассуждает о телевидении, Интернете. Например, в статье «Если обвиняемый согласен, кто даст гарантию свидетелю?» [7] он пишет о человеческих слабостях, которые проявляются из-за телевидения и которые губительны для человека. Стремясь стать известными, люди участвуют в различных телешоу и жаждут дешевой славы. Но это приводит лишь к обличению их слабостей, унижению, выворачивается наизнанку их личные дела, о которых никто не знал и никогда не узнал бы. Но узнали многие, узнал целый мир.

Примечательна статья Эко «Не пугайтесь гипертекста» [7]. В статье Эко приводит свой диалог со своим другом-писателем. Собеседники поднимают главные вопросы жизни и человеческой сущности в контексте рассуждений о том, какими будут последствия появления Интернета. Посредством характера своего друга-писателя Эко показывает, насколько человек боится нового, неизвестного и всячески пытается воспротивиться этому. Друг-писатель считает, что Интернет – это угроза для его деятельности, что его работы станут невостребованными. Если заглянуть в историю, то можно увидеть, что все новшества поначалу воспринимались людьми с опасением. То же самое было с

печатным станком Гуттенберга, с появлением радио, телевидения, а сейчас и с Интернетом. В наше время Интернет не стоит считать либо плохим, либо хорошим инструментом. Его использование зависит от человека и его нужд. Тому же писателю, если он пишет качественные произведения, не помешает ни Интернет, ни враги, ни другие факторы. Хорошие книги всегда будут пользоваться спросом, а тот факт, что их можно теперь найти не только на прилавках магазинов, но и на просторах Интернета, может лишь способствовать их успеху.

Итак, многие журналистские работы Умберто Эко, в частности статьи его колонки «Картонки Минервы», написанные более чем десять лет назад, актуальны до сих пор. Его работы показывают, что мир не так уж и изменился, а некоторые вопросы и проблемы в истории остаются вечными. Множество проблем все еще не разрешены: люди так же страдают от насилия, ведутся войны, переселяются беженцы, нелегально мигрируют, представители властных структур покрывают нелегальных мигрантов, никуда не исчезли человеческие слабости и пороки, так же имеют место аморальность поведения и переоценка ценностей, проблемы воспитания, образования, культуры, этики и морали, так же существуют негативное влияние телевидения и Интернета на сознание и поведение людей и многое другое. Значимость творчества Умберто Эко, в том числе как журналиста, заключается прежде всего в том, что по его творчеству можно было бы воссоздать общую картину последних тридцати-сорока лет.

19 февраля этого года Умберто Эко ушел из жизни. Но в памяти людей и в истории гуманитарных наук он навсегда останется талантливым писателем, глубоким и самобытным философом, и, разумеется, выдающимся публицистом и журналистом. Эко-журналисту были присущи пронизательность и дальноркость аналитика, верность суждений которого о настоящем и будущем подкреплялись глубоким знанием и пониманием Истории. Его «философская» суть придавала его журналистскому творчеству особую глубину и индивидуальность. А благодаря писательскому таланту его журналистские материалы всегда отличались неповторимым стилем и художественным богатством.

Литература

1. Жизнь и творчество Умберто Эко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://litirus.ru/biografiya/zhizn-i-tvorchestvo-umberto-eko.html>
2. Китс Д. История Италии / Пер. Т. Котельникова. – СПб.: Изд-во «Астрель», 2012. – 256 с.
3. Рейнгольд С. «Отравить монаха», или человеческие ценности по Умберто Эко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.e-reading.by/bookreader.php/1005686/Reyngold_-_%ABOtravit_monaha%BB%2C_ili_chelovecheskie_cennosti_po_Umberto_Eko.html
4. Салихов Н.Н. История зарубежной журналистики // Н.Н. Салихов, А. Нуралиев, М.М. Султонов. – Душанбе: Изд-во «Илм», 2004. – 356 с.
5. Умберто Эко. История жизни и творчества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://diletant.ru/articles/23334649/?sphrase_id=1763676
6. Умберто Эко: «Моя жизнь прервалась в 50 лет. И началась заново» (интервью) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.psychologies.ru/people/razgovor-s-ekspertom/umberto-eko-moya-jizn-prervalas-v-50-let-i-nachalas-zanovo/>
7. Эко У. Картонки Минервы. Заметки на спичечных коробках / Пер. с итал. М. Визеля и А. Миролюбивой [Электронный ресурс]. – СПб.: Симпозиум, 2008. – 412 с. – Режим доступа: http://royallib.com/book/eko_umberto/kartonki_minervi_zametki_na_spichechnih_korobkah.html
8. Эко У. Пять эссе на темы этики / Пер. с итал. Е. Костюкович. – СПб.: Симпозиум, 2005. – 160 с.
9. Эко, Умберто (материал из Википедии – свободной энциклопедии) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Эко,_Умберто

© Издательство РТСУ

Сдано в набор 28.12.2016. Подписано в печать 30.12.2016.
Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура литературная.
Формат 6084_{1/16}. Услов. печ. л. 14,8.
Тираж 100 экз. Заказ № 197.

Отпечатано в типографии РТСУ,
734025, Республика Таджикистан, г. Душанбе,
ул. Мирзо Турсун-заде, 30