

**МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»**

**На правах рукописи**

**ГОИБНАЗАРОВА ТАХМИНА СОИБНАЗАРОВНА**

**МАСС-МЕДИА И ИСКУССТВО ТАДЖИКИСТАНА В КОНТЕКСТЕ  
ГЛОБАЛИЗАЦИИ (на примере печатных СМИ)**

**Диссертация  
на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук  
по специальности 10.01.10 – журналистика**

**Научный руководитель:  
доктор филологических наук,  
профессор, член-корреспондент АН РТ  
Имомов Махмаиёсуф Сайдаллиевич**

**Душанбе-2014**

## ОГЛАВЛЕНИЕ:

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА I. РАЗВИТИЕ СМИ И ИСКУССТВА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ .....</b>	<b>15</b>
§1.1. Глобализация и ее влияние на СМИ. Трансформация функций СМИ.....	15
§ 1.2. Культуроформирующие функции СМИ и их эффективность на фоне изменений в культуре и искусстве в глобальном обществе.....	29
<b>ГЛАВА II. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ИСКУССТВА НЕЗАВИСИМОГО ТАДЖИКИСТАНА И ЕГО ОТРАЖЕНИЕ В СМИ.....</b>	<b>42</b>
§2.1. Освещение вопросов культуры и искусства в общественно-политических СМИ России и Таджикистана.....	42
§2.2. Искусство и культура на страницах специализированных изданий .....	81
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>112</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ .....</b>	<b>124</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Современная система печатных средств массовой информации независимого Таджикистана состоит из изданий различного формата и направленности. Она включает: государственную и частную прессу и издания, принадлежащие к холдингам, общественным организациям. Во всех этих печатных СМИ в той или иной степени освещаются вопросы культуры и искусства. Настоящая диссертационная работа посвящена исследованию степени и качества участия СМИ в формировании системы духовных ценностей и вкуса у общественности.

Текущая эпоха, процессы которой трансформировали без исключения все сферы жизнедеятельности общества, характеризуется доминированием информационных технологий. Сегодня последствия информационной революции формируют совершенно иные ценности и приоритеты, задавая тенденцию того, что во всех сферах жизни стратегическим и мобильным ресурсом становится информация. Существование и развитие общества в условиях информационной цивилизации представляется невозможным без налаженных и постоянно действующих каналов информирования, которые за счет компьютерных технологий сократили время передачи и обработки информации. Кроме того, благодаря современным коммуникационным системам, стерты пространственные и географические границы.

Естественно, подобные факторы способствуют упрочению позиций средств массовой информации. Появляется своего рода медиа-идеология, при которой СМИ выступают определяющими факторами глобализации. Однако вместе с тем СМИ сами попадают под воздействие определенных политических, экономических и культурных факторов, влияющих на формирование, распространение, актуальность и тематические приоритеты их информационного продукта.

В подобных условиях оказывается и искусство в глобальном мире. Равно как и СМИ, искусство оказывает существенное влияние на духовное и

нравственное развитие человека. Прежде всего, это выражается в адаптации аудитории к новым реалиям, формировании ориентиров и ценностей. Учитывая это, из всех возложенных на искусство и СМИ функций основной можно считать функцию ориентации в формировании представлений о действительности.

В этой связи необходимо рассмотреть, исходя из современных требований глобального мира, культууроформирующую деятельность СМИ, управление ею и создание ряда критериев функционирования. Поскольку, сегодня неоспоримо, что большая часть населения земли знакомится с произведениями культуры и искусства именно посредством разнообразных по форме и содержанию каналов СМИ.

**Актуальность темы исследования** определяется необходимостью осмысления и исследования происходящих трансформаций культууроформирующей деятельности средств массовой информации в условиях глобализации. Еще задолго до возникновения технологий, которыми располагает современное общество, СМИ играли ведущую роль в формировании культурной среды. СМИ современности при тех возможностях распространения информации, которые предоставила им глобализация, становятся едва ли не основным каналом проникновения образцов культуры и искусства в общество.

Сегодня можно быть свидетелями того, как в результате использования различных достижений культуры минувших исторических эпох создается новый тип общества, в котором сосуществуют как классическое искусство, так и современная «высокая», «элитарная», «массовая» культуры, субкультурные течения. Во многом на формирование этого общества влияют именно СМИ. «Но если цели данной цивилизации благие – предоставить возможность наиболее полной реализации внутренних возможностей каждого из членов общества и наладить диалог между различными обществами (социумами) и их культурами, то неразумное отношение к культууроформирующим возможностям журналистики (или осознанно деструктивное их использование) приводит к дискредитации истинной высокой культуры и выходу на

первый план эрзац-культуры, «околокультурной халтуры», направленной на достижение максимальных прибылей путем внедрения в человеческое сознание низменных инстинктов и чувств», - считает исследователь массовых коммуникаций Н.Н.Богомолова [14,5].

По сути, сегодня можно быть свидетелями двоякого положения культуры и искусства. С одной стороны, у них появляется перспектива интеграции, синтеза, обмена традициями. С другой стороны подобные обстоятельства приводят к отрицанию и отторжению существующих норм и идеалов, на смену которым пришли образцы из Запада. И именно в этой ситуации регулировать и резонировать потоки под силу государственным структурам и СМИ.

Следовательно, исходя из того, что в глобальном мире культура находится под частичным, а порой и абсолютным воздействием со стороны межкультурной коммуникации, которая влияет на систему духовных ценностей, ориентиров и потребностей, актуальность данного диссертационного исследования аргументируется необходимостью анализа трансформаций культууроформирующих функций СМИ, взаимодействия и взаимовлияния культуры и СМИ.

Кроме того, анализ основных факторов развития культууроформирующих функций, позволит сформировать ряд критериев культууроформирующей деятельности журналистики в глобальном мире. Изучение роли и места СМИ в процессах формирования духовных ценностей в обществе позволит обосновать принципы информационной политики деятельности СМИ в области культуры и искусства, выработать подходы в подготовке журналистов, специализирующихся на этой тематике.

Трансформации, произошедшие в культууроформирующей деятельности СМИ под воздействием глобальных процессов, повлияли на то, что вопросы отражения культуры и искусства носят разноплановый характер, проявляя себя в появлении новых веяний, таких как арт-критика и художественная журналистика. Поэтому в исследовании проводится намеренное разгра-

ничество понятий «художественная журналистика», специализирующаяся исключительно на информировании и «арт-критика», которой присущ аналитический подход в освещении культуры и искусства. В принципе необходимо разграничение понятий «арт-критика», которая в условиях глобализации является средством приближения социума к искусству, через нее массы вникают в культурный феномен и «художественной критики». Однако последней присуща некая локальность и эстетика, свойственная искусствоведению. Нас же интересует деятельность СМИ.

Хронологические рамки исследования охватывают тринадцатилетний период. Выбор временных рамок с 2000 по 2013 годы обусловлен необходимостью научного анализа трансформаций, происходивших в СМИ в условиях глобализации. Это объясняется прямой связью между появлением и развитием новых форм реализации СМИ своих функций не только по предназначению, но и по причине рыночных отношений, ставших определяющими в современном мире. Кроме того, анализ деятельности СМИ в этом временном отрезке позволяет выявить и дать определение новым функциям, сложившимся в условиях глобализации. К примеру, если говорить о корпоративных СМИ, то их принцип – это маркетинговая функция. Развитие PR-технологий способствует формированию PR-функции. Появление Интернета развивает интерактивную функцию, связывающую социальные сети, блоги, электронные версии печатных изданий, онлайн-трансляции радио- и ТВ-сюжетов.

**Цель** данного исследования заключается в выявлении и определении принципов, форм и специфики подачи информации о культуре и искусстве, как в мире, так и в Таджикистане.

Анализ будет проводиться с учетом разграничения образцов элитарного, массового искусства; в отдельную категорию было выведено понятие национального искусства. Исходя из этого, рассматриваются позиции СМИ в освещении указанных образцов.

Учитывая, что конкретных принципов определенной государственной информационной политики в этой сфере нет, то практическое функциониро-

вание СМИ в этой области характеризуется разноплановостью, детерминированной информационной политикой издания.

Исходя из этого, в исследовании поставлены следующие **задачи**:

- выявить степень изученности проблемы развития культуроформирующих функций в контексте глобализации и их реализации в печатных СМИ;
- раскрыть основные стилистические и жанровые особенности, приемы информирования аудитории о культуре и искусстве Таджикистана и мира;
- проанализировать роль СМИ в формировании художественных ценностей у общественности;
- проанализировать содержание ряда российских и местных изданий с точки зрения реализации ими культуроформирующих функций;
- проанализировать, используя данные проведенного опроса, среди редакторов и репортеров местных СМИ, как позиционируют себя сами журналисты относительно своей роли в развитии общественных взглядов и установок на культуру и искусство;
- выработать основные способы налаживания контакта: искусство-СМИ-аудитория.

**Объектом исследования** стали печатные СМИ Таджикистана и России.

**Предметом** исследования стало содержание, композиционная структура культуроформирующих функций, реализация которых отражена на страницах русскоязычной прессы Таджикистана и российских специализированных и общественно-политических изданий.

**В методологическом отношении** применялась следующая совокупность подходов исследования: эмпирический метод, системный подход к анализу изучаемого объекта, метод социологического опроса, мониторинг.

**Эмпирическая база:** В основу диссертационного исследования положен принцип изучения и обобщения фактического материала русскоязычных

печатных СМИ Таджикистана: газеты «Азия плюс», «Народной газеты», журналов «VIPzone», «Фарханг ва хунар», «Фонус», «Олами хунар», бюллетень «Окно», материалов информационного агентства «Азия плюс», Национального информационного агентства «Ховар» при правительстве Республики Таджикистан, официальных страниц информационно-культурного центра «Аржанг» - ArtCulture.Tj, КЦ «ArtGraund» и российских СМИ: электронные версии газет «Дни.ru», «Газета.ru», «Итоги.ru», «Культура», сайт OPNSPASE, журналы «Афиша», «АртХроника».

Автором изучен архив этих изданий в рамках заданной хронологии. Обусловленность выбора заключается в их типичности для современной ситуации на рынке печатных СМИ.

Информация, полученная в данном исследовании, в ходе мониторинга изданий, проведенного опроса, интервью и сбора комментариев будет проанализирована и систематизирована.

#### **Степень изученности проблемы.**

Исследования проблем, обозначенных в теме диссертации, ведутся в различных работах отечественных, российских и зарубежных ученых в сфере журналистики, культурологи, искусствоведения. Процессам влияния глобализации на СМИ посвящены работы: М. Кастельса [35], М. Маклюена [46], Р. Негрина [104], Г. Першке [103], К. Фиоре [46], И. И. Засурского [31], Л. М. Земляной [32], С. Г. Мельник [47], Д. Стровского [73], А. Чернова [93], А. В. Чугунова [94].

Проблемами информатизации общества, взаимоотношений медиа и власти, трансформаций СМИ в условиях глобализации занимались и исследователи Таджикистана: В. В. Кулакова [42], А.Н. Нуралиев [59], А. А. Рахимов [64], А. С. Садуллаев [67], М.М. Султонов [75], И.К. Усмонов [84], Д. Б. Хомидов [90], Ф. Ф. Шарипов [96].

В частности М.М.Султонов полагает, что глобальные информационные потоки, заполняющие Таджикистан, также как общие черты глобализации, имеют и положительный и негативный характер. Основным положительным



фактором является улучшение доступа населения к информации, появление альтернативных источников как зарубежных, так и внутренних новостей. К негативным чертам глобальных информационных процессов можно отнести, прежде всего, усиление воздействия зарубежных СМИ на общественное мнение, навязчивое внедрение чужих ценностей в обществе и уязвимость информационной безопасности республики [75,88].

Интерес к изучению культууроформирующих функций СМИ нашел свое отражение в фундаментальных работах теоретиков журналистики: Е.К. Барабанова [7], И.М. Дзялошинского [26], С.Г.Корконосенко [38], В. В. Перевалова [58], Е.П.Прохорова [53], А.А.Тертычного [76], И.Д.Фомичевой [89], заложивших основные понятия и разработавших основные положения культууроформирующей системы, определивших различные подходы исследования в данной сфере.

Так, И.Д.Фомичева, исходя из убеждения о том, что СМИ «участвуют в информационном обеспечении познавательной, ценностно-ориентирующей, коммуникативной, социально-организаторской (разновидности преобразовательной) деятельности, функциями СМИ считает: коммуникативную, познавательную, ценностно-ориентирующую, социально-организаторскую» [89].

В свою очередь, И.М.Дзялошинский в своей работе «Российские СМИ: как создается образ врага. Статьи разных лет» указывал на то, что распространение с помощью журналистики понятий о культуре и искусстве не менее важно, чем распространение сведений об экономике, политике, праве, морали, науке [89,25].

Б.Дубин так определил концепцию функционирования современных СМИ: «Надо развивать вкус. Но это еще не повод, чтобы пренебрегать уже сложившимися вкусами. Идти на поводу у масс – в этом иногда, честное слово, нет ничего предосудительного. Не потакать вкусам, а отвечать им – вот лозунг новой народности» [28].

С. Антонова, говоря о медиатизации культуры, оценивает этот процесс негативно, поскольку связывает с ним отсутствие независимости и специфичности самого продукта культуры. Это происходит потому, что зачастую сегодня именно СМИ могут одно явление культуры возвести в ниши достижений, а другой, напротив, лишить статуса. В рамках процесса медиатизации культура утрачивает свою автономию, превращаясь в руках СМИ в объект развлечения, идеологии, пропаганды [2,82-87].

Для рассмотрения культуроформирующих функций журналистики, необходимо было оценить положение культуры и искусства в современных условиях. Различные аспекты данного явления рассмотрены в работах М. Лернера [44], А. Моль [49], Э. Тоффлера [81], С. Хантингтона [100], Ф. Фукуямы [98], А.И. Арнольдова [3], Л.М. Архангельского [4], И. Л. Бабича [6], Т. Г. Богатыревой [12], П.С. Гуревича [25], Г.З. Замшея [30].

Отечественной наукой накоплен немалый опыт в освоении процессов, происходящих в культуре и искусстве современного Таджикистана. Им посвящены исследования А. Аминова [106], Л. Додхудоевой [41], Ф. Кузиева [109], А. Низомова [41], С. Рахимовой [41], С. Ходжиевой [112], М. З. Шахиди [41], Ф. Ульмасова [41].

Гипотезам исследователей присущ широкий диапазон мнений, объединенных, впрочем, идеей, что роль СМИ в процессе формирования культуры личности и общества является определяющей. Однако комплексного исследования влияния процессов глобализации на масс-медиа и искусство Таджикистана в отечественной научной литературе нет.

**Научная новизна** исследования определяется недостаточной изученностью развития культуроформирующих функций СМИ в контексте глобализации.

Впервые будет предпринята попытка решить проблему создания новой профессиональной категории, которая отвечала бы требованиям арт-критики и сократила бы расстояние от предмета искусства до СМИ и от СМИ до аудитории.

Впервые будет проведен специальный анализ сущности, структуры и результатов исполнения культуроформирующей функции СМИ на основе деятельности СМИ Таджикистана и России. Кроме того, анализ СМИ выявит основные стилистические и жанровые особенности, приемы подачи информации на темы культуры и искусства. Расширит представления о культуроформирующей деятельности СМИ анализ синтеза культуроформирующих функций с другими функциями журналистики, как результат влияния на СМИ процессов глобализации.

Новаторство в диссертации проявляется и в том, что на основе мониторинга заданных изданий исследуются и характеризуются новые процессы в прессе независимого Таджикистана, а именно – переход на международные принципы журналистики, рождение новых типов изданий, изменение в рыночных условиях.

В информационном пространстве Таджикистана, располагающем огромным количеством информации, необходима грамотно спланированная культуроформирующая деятельность СМИ, которая препятствовала бы проникновению негативных факторов глобализации в информационном плане, и представляла бы собой не только освещение темы культуры и искусства, но и в связи с новыми условиями функционирования являлась бы их актором.

В связи с этим **научная гипотеза** данной работы сводится к тому, что наиболее эффективной моделью для прессы Таджикистана может стать арт-критика, которая выступает не только каналом распространения информации о культуре и искусстве, но и будет их актором, играя в силу своей специфики роль некоего катализатора как общественного мнения относительно культуры и искусства, так и самих процессов искусства.

Поэтому настоящее исследование исходит из убеждения, что из трех параметров: художественная журналистика, художественная критика, арт-критика нужна именно арт-критика. Не исключая значимости и художественной журналистики, поскольку на начальной стадии необходим качественный и грамотный подход к информированию.

Сегодня границы искусства раздвинуты, в произведениях искусства часто затронуты политические, социальные, экономические проблемы. Порой, даже совершенно бытовые. Так приобщают и заинтересовывают аудиторию. Предлагая ей концептуальную картину действительности. Искусство создает эстетику критики, а критика, в свою очередь, его интерпретацию. Подобно современному искусству функционирует и арт-критика. Процесс сближения аудитории и искусства происходит в попытке найти нечто общее между ними, актуализировать проблемы, волнующие обе стороны. Подобно тому, как современное искусство называют актуальным (contemporary art), так и арт-критика актуализирует произведение искусства, реализуя свои образовательные установки, являясь продолжением практики художника, драматурга, писателя.

В ходе исследования СМИ на предмет наличия в них информации на темы художественной культуры неизбежно обнаруживается детерминированность объемов такой информации и ее тематической направленности от социально-политической позиции того или иного средства массовой информации (информационной политики издания). Специфика отображения в СМИ указанной информации зависит также от меры компетентности в сфере культуры конкретных журналистов, работающих в данном СМИ [58, 25].

**Теоретическая значимость работы** заключается в том, что собранный, и систематизированный материал позволяет уточнить научные представления о процессе формирования и развития культууроформирующих функций СМИ в условиях глобализации, определить их место, роль и взаимовлияние в информационном пространстве страны. Выводы результатов этого исследования могут быть использованы для проведения дальнейших исследований в области современной арт-критики, художественной журналистики.

**Практическая значимость.** Материалы и обобщения, содержащиеся в диссертации, могут быть использованы при составлении учебных пособий, курсов и семинаров для студентов-журналистов.

Кроме того, могут применяться в разработке концепций информационной политики СМИ в сфере культуры и составления этических норм для журналистов, работающих в сфере культуры и искусства.

Основные положения и выводы диссертационного исследования также могут быть использованы и в профессиональной деятельности журналистов, для повышения эффективности и качества в освещении вопросов культуры и искусства.

**На защиту выносятся следующие основные положения:**

- развитие искусства Таджикистана в условиях глобализации и его отражение в СМИ имеет особенности, отличающиеся от мировых процессов. В рамках национальной политики важное место отводится вопросам национальной культуры, ее осмысления, изучения, сохранения и развития. Особую роль в этих процессах играют СМИ, которые ищут действительно необходимую национально-культурную тематику, актуализируют проявления «национального интереса». В отечественных СМИ подобная тенденция сохраняется, несмотря на информационные приоритеты, выстроенные в контексте глобализации;

- именно грамотная реализация СМИ своей культуроформирующей функции влияет на духовные ценности аудитории, формируя ее вкус;

- культуроформирующая функция СМИ под влиянием процессов глобализации трансформировалась, утратила программные установки, синтезируя в себе ряд других функций. Критика стоит на интересах рынка, а не искусства. Маркетинговая функция сегодня вытеснила культуроформирующую. А особенности рекреативной функции, направленные на развлечения и релаксацию, стали приоритетными в работе журналистов;

- культуроформирующая функция при грамотной реализации исходя из своих задач, способна противостоять воздействию «массовой

культуры», намеренно игнорируя ее, противопоставляя ей элитарное искусство и национальное;

- взаимодействие и взаимовлияние СМИ и искусства развито недостаточно. Будучи призванными актуализировать новую действительность, совместно они способны содействовать друг другу на пути к преодолению негативных воздействий глобализации.

**Апробация основных идей и выводов диссертации** осуществлялась посредством публикации статей, обсуждений на круглых столах, в научных докладах на ежегодных научно-практических конференциях «Славянские чтения», проводимых в Российско-Таджикском (Славянском) университете (Душанбе, 2011, 2012, 2013).

Основные результаты диссертации отражены в следующих статьях: «Арт-критик: модели и возможности», «Будущее рецензии в условиях современного медиа-рынка», «Масс-медиа и искусство: взаимодействие и взаимовлияние», «Абберация культуроформирующих функций СМИ».

**Структура работы** определена предметом исследования, его целями и задачами, а так же восприятием аудиторией материалов, организовывающих культурное информационное пространство республики. Исходя из этого, данная работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы и источников.

## **ГЛАВА I. РАЗВИТИЕ СМИ И ИСКУССТВА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

### **§1.1. Глобализация и ее влияние на СМИ. Трансформация функций СМИ**

Сегодня, пожалуй, нет ни одного явления в политической, экономической и социальной сферах жизни, которые бы не были связаны с понятием глобализация. Связаны они, как в силу исторических обстоятельств, так и теоретически, будучи исследованными экспертами.

В самом широком смысле под глобализацией понимают процесс объединения экономик стран мира, создание единого правового, экономического и информационного пространства, новые условия развития мирового сообщества в контексте появления возможностей интеграций.

Ценность понятия глобализации для науки заключается в том, что оно исследует процессы, превратившие мир в единое целое – глобальную систему. Понятие глобализация рациональнее рассматривать в своеобразном синтезе подходов к ее определению.

Анализируя толкования и трактовки понятия глобализация, приведенные специалистами, можно наблюдать определенную динамику в развитии теорий и положений относительно этого исторического явления и сделать вывод о том, что единого определения этого понятия пока не существует. Чем больше проходит времени, тем интенсивнее происходит расширение структуры, обогащение содержания понятия.

Справедливой можно считать позицию о том, что сейчас четко обозначились лишь научные подходы к определению глобализации, в рамках которых осуществляется его теоретическая трактовка. Будучи измерением различных сфер жизнедеятельности современного общества, понятие «глобализация» отличается разнообразием. Как показывает практика исследований, на сегодняшний день существует и развивается целый спектр представлений о глобализации: от экономического и социокультурного до геополитического и философского.

Исследованием этого вопроса в своих работах занимались Д. Белл [9], Э.Гидденс [19], М.Кастельс [34], М. Маклюэн [102], Э. Тоффлер [80], С. Хантингтон [100], П. Херст [99], А.М. Жданова [29], А. Чернов [93], А. Чугунов [94].

«Историки рассматривают процесс глобализации, как один из этапов развития капитализма. Экономисты начинают рассмотрение процессов глобализации с транснационализации финансовых рынков. Политологи связывают глобализацию с распространением демократических институтов. Культурологи объединяют проявление глобализации с вестернизацией культуры, включая американскую экономическую экспансию. В самом разночтении толкований нет ничего удивительного, учитывая сравнительную молодость термина и неустоявшийся характер реального процесса глобализации», - анализирует А.М.Жданова [29].

Какие бы позиции не занимали сегодня ученые и историки, бесспорным является тот факт, что значительную роль в глобальных процессах сыграли средства массовой информации. Ход глобализации был дан именно благодаря распространению информации, информатизации. Информация лежит в основе любого повседневного взаимодействия.

«Информация – это кислород современного века. Теплые ветры электромагнитных волн проникают через железный занавес, как через кружево. Попытки контролировать поток информации – безнадежны. Это безрассудные усилия. Голиаф тоталитарного контроля будет быстро повергнут Давидом микрочипа» [105].

Если обратиться к периодизации социального прогресса с точки зрения постиндустриализма, то можно выделить такую последовательность: доиндустриальное общество, основным ресурсом которого была добыча сырья, в индустриальном обществе основной ресурс – добыча энергии, в постиндустриальном – последовательная обработка добываемой информации и знаний на базе наукоемких технологий – то, что является основными составляющими функционирования СМИ.



В качестве подтверждения приведем научную позицию футуролога Э.Тоффлера. В своем исследовании «Сдвиг власти» он характеризует информационное общество в качестве общества, для которого основным критерием развития является знание. «Знание производит мощь высшего качества». Ученый убежден, что «информационные связи коренным образом заменят индустриальные во всех сферах, в силу того, что объем и течение информации в глобализационном мире существенно возрастают» [5,45].

Информационное общество, в трактовке социолога, основателя теории информационного общества Д.Белла, обладает всеми основными характеристиками постиндустриального общества (экономика услуг, определяющая роль теоретического знания, ориентированность в будущее и обусловленное ею управление технологиями, развитие новой Интеллектуальной технологии). Знание и информация, по мнению Белла – «стратегический ресурс» глобализации в информационном обществе [9,560].

В своих работах американский социолог, специализирующийся в области теории информационного общества, М.Кастельс не использует понятие «информационное общество», по его мнению, все общества использовали информацию и поэтому были информационными. М.Кастельс вводит новый термин – «информационализм». Согласно его определению – «воздействие знания на знание – основной источник производительности». Развитие информационализма, по мнению Кастельса, приводит к появлению сетевого общества и «новой экономики». «Информациональное общество» строится таким образом, что «генерирование, обработка и передача информации стали фундаментальными источниками производительности и власти» [34].

В таджикской науке понятие «информационное пространство» впервые встречается в работе профессора И.К.Усмонова.

Понятие «информационное пространство» объединяет два термина: «пространство» и «информация». В философской литературе категория «пространство» является одной из наиболее разработанных. Пространство и время – формы бытия материи. Пространство характеризуется такими свой-

ствами, как протяженность, структурность, сосуществование и взаимодействие элементов во всех материальных системах. Возникновение информационного пространства стало неизбежным с «коренной перестройкой, произошедшей в бывшей державе, мощным остовом которой была сложившаяся система средств массовой информации, каждый элемент которой имел свои цели, задачи и функции». От информационного субстрата информационное пространство наследует множество свойств. Информации свойственны «нелетность, рост во времени и распространение в пространстве». Свойство мобильности, т.е. быстрое распространение, является для информационного пространства системообразующим фактором, рост во времени обуславливает все большую сложность в его развитии и одновременно, в соответствии со вторым законом диалектики, при увеличении количества способствует появлению новых качеств [84,16].

«Информационным пространством может считаться совокупность: банков и баз данных; технологий их сопровождения и использования; информационных телекоммуникационных систем, функционирующих на основе общих принципов и обеспечивающих информационное взаимодействие организаций и граждан и удовлетворение их информационных потребностей», - полагает профессор И.К.Усмонов.

В условиях глобализации доминирующими считаются параметры, направленные на интеллектуализацию общества, разработку и внедрение новых социальных технологий, базирующихся на главных стратегических ресурсах общества – знании и информации.

Исследуя существующие определения информационного общества, А.Чернов приводит ряд собственных формулировок:

- общество нового типа, формирующееся в результате новой глобальной социальной революции, порожденной взрывным развитием и конвергенцией информационных и коммуникационных технологий;
- общество знания, т.е. общество, в котором главным условием благополучия каждого человека и каждого государства становится знание, полу-

ченное благодаря беспрепятственному доступу к информации и умению работать с ней;

- глобальное общество, в котором обмен информацией не будет иметь ни временных, ни пространственных, ни политических границ; которое, с одной стороны, способствует взаимопроникновению культур, а с другой – открывает каждому сообществу новые возможности для самоидентификации [93].

Глобализация превратила информацию в «оружие» всевозможного назначения: от политического, оборонного и экономического до социального и культурного.

Подобные приоритеты, выдвинувшие во главу угла информацию, технический всплеск, давший новейшие образцы коммуникационных систем, таких как телевидение, компьютеры, спутниковая связь, мобильные телефоны, Интернет, существенным образом сказались и на СМИ.

Интернет становится одним из каналов, по которому протекают основные информационные потоки, где и формируется единое информационное пространство, в рамках которого образовалось еще одно - социальное, предусматривающее коммуникацию людей, находящихся на разных концах земли, преодолевшее расстояние между людьми, в различных социальных условиях.

«Глобальное коммуникативное пространство тесно связано с развитием в мире философии, социологии, культурологии и технических наук. Под мощным воздействием новых коммуникативных систем родилась культура «реальной виртуальности». Власть виртуального мира изменяет тип человеческого сознания, духовный мир, систему ценностей и социальных отношений. Виртуальный дизайн перестраивает психофизиологическую систему человека, приучая его получать информацию в невербальном виде, мышление и коммуникации – не в форме логической конструкции, а энергетическими квантами, визуальным образом. Увеличение объема информации и скорость ее распространения повышает зависимость человека от социума, от управленческих структур» [47,129].

В связи с этим исследователи выводят такое понятие, как «глобальная деревня», имея в виду простоту общения участников подобных коммуникаций.

Известный эколог средств коммуникации М. Маклюэн описывает, как земной шар «сжался» до размеров деревни, с появлением электронных средств связи, стала возможна мгновенная передача информации с любого континента в любую точку мира. Из-за усовершенствованной скорости обмена информацией у людей появилась возможность читать, распространять и реагировать на ситуацию в мире гораздо с большей скоростью. Маклюэн полагает, что подобная ситуация создает для людей все условия, чтобы быть вовлеченными в дела друг друга, подобно своим собственным. Вступая в электронную коммуникацию друг с другом люди формируют свое поведение так, словно их не разделяют тысячи километров, живут в «одной деревне». Они вольно или невольно все основательнее вторгаются в жизнь друг друга, рассуждая обо всем увиденном и услышанном. Это форма коммуникации формирует новую социологическую структуру в пределах существующего контекста культуры. В глобальной деревне повседневно переплетаются и выставляются на всеобщее рассмотрение «все времена и пространства сразу» – все мировоззрения, культуры, способы общения, ценности, созданные и сохраненные человечеством [101,254].

Интернет располагает массой коммуникативных, интерактивных и информационных возможностей: большой охват аудитории, трансграничное распространение информации, которая оперативно передается на высокой скорости, широкий спектр источников информации, возможность обсуждения возникающих вопросов в режиме реального времени.

«В этих информационных потоках Таджикистан пока остается наблюдателем, точнее пассивным потребителем. Национальная система СМИ в силу целого ряда причин не в состоянии конкурировать с глобальными средствами массовой информации на уже трудноконтролируемом медиaproстранстве.

Глобальные информационные потоки, заполняющие Таджикистан, также как общие черты глобализации, имеют и положительный и негативный характер. Основным положительным фактором является улучшение доступа населения к информации, появление альтернативных источников как зарубежных, так и внутренних новостей. К негативным чертам глобальных информационных процессов можно отнести, прежде всего, усиление воздействия зарубежных СМИ на общественное мнение, навязчивое внедрение чужих ценностей в обществе и уязвимость информационной безопасности республики», - считает исследователь М.Султонов [75].

Помимо внешних минусов сложившейся ситуации с интернет-журналистикой существуют и локальные проблемы национальной интернет-журналистики. В частности, отечественный исследователь В.Кулакова считает, что «за последнее время не появилось ни одного интересного, актуального, креативного интернет-СМИ. Во-первых, остается актуальной проблема финансирования. Учредителям не выгодно вкладывать деньги в интернет-проекты, так как рекламный рынок Таджнета не развивается, и по оценкам специалистов составляет не более двух тысяч долларов США в месяц. Но основной проблемой, не позволяющей развиваться интернет-СМИ, является ограничение свободы слова в Таджикистане» [42,90].

Развитие технологий, предоставивших СМИ широкий спектр коммуникативных возможностей, стало реальным благодаря инвестициям со стороны экономически преуспевающих государств, таких как США, страны Евросоюза, изначально обладающих техническим потенциалом. Неслучайно, что большая часть информации и все электронные вклады и адреса, существующие в глобальной сети, создаются и распространяются на английском языке. Исходя из этого, не составит труда определить, кто доминирует в создании информационной ситуации, какая информация и откуда поступающая является приоритетной сегодня.

«Именно Интернет произвел подлинную революцию в информатике, ставшей реваншем за унижение Америки после запуска советского спутника

в 1957 г. С легкой руки президента Эйзенхауэра в Пентагоне создан отдел технической информационной обработки (АПРА), который и породил Интернет. В 1969 г. впервые произошел молниеносный обмен информацией между Гарвардским и Южнокалифорнийским университетами, а в 1972 г. – уже была создана электронная почта, которая после изобретения английским инженером Т.Бернерсом-Ли в 1990 г. способа передачи информации от сети к сети (World Wide Web) получила массовый характер. К тому времени мир насчитывал лишь 160 тыс. компьютеров и около 800 различных компьютерных сетей. В середине 90-х гг. обнаружился огромный общественно-политический потенциал Интернета. Между 1994 и 2000 гг. численность его пользователей с 13 млн. возросла 300 млн.: 50% пользователей Интернета живут в США, 40% – в Европе, 5% – в Японии и Корее и лишь 5% – в остальном мире. В 1994 г. Конгресс одобрил торговлю посредством Интернета, что совпало с понижением цен на компьютеры и на телефонную связь. В Интернет вошли миллионы пользователей, сделавшие его самым демократичным клубом планеты. Происходит драматическое падение стоимости, посылки и подготовки информации с одновременным расширением ее доступности. Интернет разбивает всякую монополию на информацию. Подумайте лишь о медицинской информации Интернета, которой до сих пор владели врачи. Миллионы людей сейчас создают свои собственные страницы в Интернете, в деталях описывая минуты своей жизни [32,114-115].

Вместе с тем, разработка системы «всемирной паутины» обеспечила упорядочение движения информации, облегчило ее поиск.

«При этом в современной исследовательской литературе звучит мысль и о том, что получаемый информационный продукт способствует внедрению на практике ключевого принципа демократии, сводящегося к праву общества выступать паритетным партнером власти в продуцировании политических решений. Сторонники этого подхода считают, что существование Интернета, во-первых, уравнивает шансы в получении тех или иных данных в различных точках земного шара, а во-вторых, дает возможность населению получать

оперативные данные о деятельности государственных и политических институтов и таким образом осуществлять негласный надзор над ними. В соответствии с этим, Интернет воспринимается в виде «сторожевого пса» демократии, контролирующего ее развитие [103,77-79].

Однако в состоянии ли подобная информационная обстановка влиять на волю массовой аудитории в плане осуществления совместных действий? И можно ли считать, что в Интернете есть свобода слова?

«Компьютерные сражения – суть битвы за власть в информационную эпоху, - пишет М.Кастельс. - Они ведутся главным образом в средствах массовой информации и с их помощью, но СМИ не являются держателями власти. Власть – это возможность предписывать поведение, содержащаяся в сетях информационного обмена и манипуляции символами, которые соотносят социальных авторов, институты и культурные движения посредством пиктограмм, представителей, интеллектуальных усилителей» [35,502-503].

Если учитывать тот факт, что информация, распространяемая посредством Интернета, не имеет территориально-государственной организации, то логичным будет изменить и само понимание свободы слова. С одной стороны, она гарантирована конституционно, сам факт ее существования, с другой – с появлением Интернета безграничные возможности ее распространения тоже являются некой гарантией свободной и беспрепятственной передачи .

Сегодня в Интернете можно найти все виды традиционных СМИ. Как новостные сюжеты, так и аудиоинформацию в режиме online, подобно радио, электронные версии газет и их архивы.

По мнению видного британского исследователя печати Р.Негринна, «именно традиционным СМИ принадлежит исключительная роль в создании наших представлений об окружающем мире – более важная, что играют в этом процессе церковь, школы и политические партии. К названным политическим институтам взрослый человек обращается все же реже, чем к СМИ, к тому же объем информации, передаваемый печатным и аудиовизуальным (электронным) путями, несравненно более широк и многообразен» [104,4].

Вообще, исследуя позиции национальных и зарубежных исследователей относительно положения традиционных СМИ с появлением Интернета, можно проследить значительное расхождение во взглядах.

Так, по мнению европейских исследователей, традиционные СМИ являются собой самостоятельный и важнейший социальный институт, обладающий в равной мере возможностью как сплотить, так и разъединить общество, как способствовать его развитию, так и препятствовать. В связи с этим СМИ считаются всеохватывающими по уровню проникновения в различные сферы общественной жизни.

«Применительно к традиционной журналистике глобализация определяется как концентрацией капитала в национальном масштабе, так и созданием международных медиа-концернов, объединяющих информационные предприятия двух или даже нескольких стран. В информационно развитых обществах оба проявления существуют параллельно друг с другом, хотя в настоящее время все более становится заметной тенденция к корпоративному слиянию отдельных медиа-предприятий, находящихся в разных странах, в единые информационные холдинги. В западных странах этот процесс настолько активизировался, что есть основания говорить уже о формировании ярко выраженного механизма воздействия со стороны наиболее крупных медиа-предприятий», - полагают теоретики [73,232].

В отношении СМИ Таджикистана такие прогнозы строить еще рано. Прежде всего, это обусловлено усилением влияния зарубежных СМИ на национальное информационное пространство, связанное с широким доступом к информации, с возможностью получения альтернативных взглядов на то или иное событие, возможность интерактивности. Как следствие, представление о действительности у пользователей этих СМИ складывается, исходя из их убеждений и взглядов. Рассмотрим пример с освещением внутренних новостей. У глобальных новостных служб повсюду есть свои корреспондентские блоки. Наличие технических средств дает им возможность освещать весь спектр действительности Таджикистана – от политики до



спорта. Такое доминирование дает им возможность как формировать мнение у аудитории, так и направлять внимание таджикских СМИ на ту или иную проблему. Зачастую, отечественные информационные службы перепечатывают новости из этих сайтов.

Веской альтернативой зарубежным СМИ могли бы стать онлайн-версии газет. Однако у большинства традиционных СМИ в силу экономической несостоятельности нет возможности размещения своих номеров в Интернете.

Бесспорно, благодаря техническому прогрессу функциональные возможности СМИ возросли. Скачок технических достижений расширил горизонты вещания для телевидения и радио, увеличив их типологию, предоставив еще и возможность доступа к мировым и транснациональным каналам. На фоне всего этого изменились и функциональные особенности деятельности СМИ. Прежде чем говорить о трансформации функций СМИ в современных условиях рассмотрим классические варианты и трактовки функций СМИ.

К примеру, Е.П.Прохоров выделяет шесть функций журналистики: коммуникативную, называя ее исходной – функцию общения, налаживания контакта, непосредственно-организаторскую, в которой «наиболее наглядно проявляется роль журналистики как «четвертой власти» в обществе», идеологическую – социально-ориентирующую человека в мире, культурно-образовательную, которая, по мнению исследователя, сводится к тому, «чтобы, будучи одним из институтов культуры общества, участвовать в пропаганде и распространении в жизни общества высоких культурных ценностей, воспитывать людей на образцах общемировой культуры, тем самым, способствуя всестороннему развитию человека», рекламно-справочную, «удовлетворяющую утилитарные запросы в связи с миром увлечений разных слоев аудитории, рекреативную, направленную на развлечения [63,47-72].

С.Г.Корконосенко классифицирует функции журналистики исходя из потребностей субъектов, «вступающих во взаимодействие с прессой». Ими, по мнению исследователя, могут выступать:

- главный субъект по отношению к журналистике – общество, для работы с которым используются функции интеграции и познания.
- отдельные социальные структуры, требующие взаимодействия исходя из таких функций журналистики, как организация, пропаганда.
- в работе с отдельно взятой личностью, индивидуума необходимы функции ориентации, морально-психологического удовлетворения.
- сам субъект журналистов, журналистики требует выполнения служебно-профессиональной и творческой функции [38,53].

Г.Першке соотносит функции журналистики с «влиянием, оказываемым журналистикой на систему общества. Подобное влияние он видит в:

- идеологических функциях, «направленных на интеграцию людей в идеологические, прежде всего, политические отношения, на оказание им помощи в такой ориентации в социальной действительности»;
- культурных, когда журналистика задействована в «развитии самого человека, в проявлении его личности, зависящей от многообразия его общественных связей, в формировании образа жизни, основанного на достижениях человеческого развития»;
- социальных, способствующих «развитию личности, формированию человеческой индивидуальности в рамках образа жизни известных социально-исторических общностей» [60,83].

Исходя из мониторинга существующих мнений, немаловажным будет отметить, что классификации функций журналистики описываются исходя из того что, по мнению исследователей, понятия журналистика и СМИ – тождественны или употребляются, в качестве взаимосвязанных терминов.

К примеру, В.В.Ученова, утверждает, что «журналистика включает в себя всю деятельность прессы как социального института» [86,47].

Однако, исходя из своей практической деятельности, считаем, что понятия эти различны. К примеру, трансляция по телевидению концерта или футбольного матча несовместима с понятием журналистики. В данном случае используются лишь каналы СМИ. И, тем не менее, при наличии авторского комментария диктора, подтверждение его позиции другими источниками информации, можно получить журналистский материал. Журналистика реализуется средствами массовой информации, но не включает весь объем деятельности СМИ.

В подтверждение приведем комментарий исследователя Т.В.Науменко: «Газета, радио и телевидение (равно как и любые другие существующие ныне СМИ и те, которые, очевидно, еще будут изобретены) являются полифункциональными объектами, носителями продуктов, как журналистской деятельности, так и других видов социальной деятельности, связанной с перенесением, трансляцией духовных ценностей в массовое сознание, например, обучения» [52,39].

И различие этих понятий особенно ощутимо в современных условиях, когда, благодаря техническому прогрессу, всевозможные модернизированные каналы СМИ транслируют огромное количество событий и явлений.

В современном мире главные функции СМИ связывают с тремя параметрами: в рамках общественно-политических систем с задачами интеграции общества; для потребителя важны – ориентирующая и рекреативная функции; для социальных институтов – организационная, пропагандистская.

Сегодня исследователи выделяют информационную функцию СМИ в качестве основной. В новых условиях информация рассматривается исключительно как товар. Информационная функция существенным образом отклонилась от нормы, предписанного спектра деятельности. Актуальными для аудитории стали сообщения и материалы о скандалах и трагедиях и катастрофах, криминал, светская хроника. Отметим, что информация негативного свойства во много раз превышает информацию о позитивных процессах. Ориентиром становится прибыльность, которую приносят новости, пользу-

ющиеся наибольшим спросом у аудитории. В погоне за экономической выгодой СМИ формируют ложные идеалы и ценности. Снижается качество информационной функции, как таковой, поскольку ориентируясь на потребителя, она не отражает всей полноты картины действительности.

Thank you for trying PDF Suite

## **§1.2. Культуроформирующие функции СМИ и их эффективность на фоне изменений в культуре и искусстве в глобальном обществе**

Итак, установлено, что СМИ в современном мире можно охарактеризовать с двух позиций. Прежде всего, СМИ в силу технических инноваций получают значительную власть в обществе, формируя определенного рода идеологию, становясь движущими силами глобализации. Однако СМИ сами попадают под влияние политических и экономических, культурных факторов, которые формируют их информационный продукт, влияют на тематическую направленность. Все это привело к трансформации функций СМИ, последствия которой не назовешь положительными.

Процесс трансформации опять же в силу коммерческой рентабельности затронул и еще одну основополагающую функцию – культурно-образовательную, культуроформирующую. Определяющее условие для этой функции теперь не духовное и эстетическое производство и просвещение, но высокий рейтинг и массовый охват аудитории.

В связи с изучением культуроформирующих функций в условиях глобализации, считаем целесообразным рассмотреть, прежде всего, особенности развития культуры и искусства в контексте глобализации. Поскольку для полноценного исследования в равной степени важны и процессы, происходящие в искусстве мира и Таджикистана, и посвященные им статьи историков искусства и арт-критиков.

Прогнозы относительно позиций культуры и искусства в постиндустриальном обществе всегда были неоднозначными. К примеру, Ф.Фукуяма в своей концепции о конце истории, предсказывал, что «в постиндустриальном периоде не будет ни искусства, ни философии, мы будем лишь вечными зрителями человеческой истории» [98,161-180].

Диаметрально противоположных позиций придерживался С.Хантингтон, считавший, что «политика и экономика перестали быть главными источниками коллизий в современном мире. Великие разделы между людьми пойдут по линии культуры» [100,87].

Глобализацией культуры считают процесс интеграции отдельных этнических культур в единую мировую культуру на основе развития транспортных средств, экономических связей и средств коммуникации.

Культура информационной эпохи является весьма сложной и неоднозначной структурой. С одной стороны она является отражением тех процессов, которые происходят в обществе под влиянием информатизации, изменением экономической, социально-политической и духовной жизни. Но в то же время, исходя из исторического опыта, она является преемницей традиций предшествовавших эпох.

Поэтому разумным будет рассмотрение исторических процессов развития общества не только в рамках материально-технических обстоятельств, но и с точки зрения культуры.

Культура эпохи глобализации подразделяется на три уровня. Первый уровень – скопление достижений и традиции культур минувших эпох. Далее следуют сегменты культуры, в которых отражается действительность. Третий уровень культуры связан с будущим жизнедеятельности человечества.

«Что касается элитарной и народной культур, то они возникли еще в давние времена, когда умственный труд отделялся от физического, и культура распространялась среди индивидов, находящихся на различных социальных ступенях имеющих неодинаковый уровень образования и культурного развития. Постепенно возникают новые сегменты культуры эпохи информатизации, получившие название субкультур. Приставка суб.- обозначает противостояние этих сегментов культуры ценностям нормативной (элитной и народной) культур. Под субкультурами понимают те социальные преобразования, которые отличаются от преобладающей и нормативной культуры по некоторым культурным признакам: обычаям, нормам, ценностными ориентациями, стилем поведения. Формирование субкультур, их наличие в обществе, как правило, вызвано возникшими в обществе потребностями в дифференциации духовной жизни, в выработке новых форм поведения и деятельности, которые адекватны новым социальным условиям.

В современном обществе элитарное, традиционное и массовое составляющие пересекаются между собой, представляют собой взаимопроникающие элементы культуры, которые, зачастую, не могут существовать друг без друга. Образчики высокой культуры подчас преподносятся в форме популярной культуры. Возникает культура среднего уровня – так называемая «мидкультура» [82,8].

В этой связи Э.Тоффлер предлагает феномен демассификации культуры и индивидуализации личности. Он объясняет это тем, что с изменениями, происходящими в культуре, на фоне трансформаций глобального мира, меняется и уровень ее потребления. «Сегодня именно массовая культура становится уникальным рекреативным механизмом, удовлетворяющим нужды большинства, одновременно «она перестает быть единственной культурой, удерживающей монополию на массовое сознание» [81,290].

Действительно, о массовой культуре зачастую говорят только негативно, обвиняя ее в неспособности развития в человеке гуманистических качеств. Однако если рассматривать массовую культуру на фоне всех остальных образцов, то очевидным является тот факт, что массовая культура стоит на значительно выгодных позициях, в отличие от элитарной культуры, которая в глобальном мире утрачивает свое значение, становясь для потребителя непонятной и недоступной. Однако это совсем не означает, что она окончательно стерта из истории духовного развития. Напротив, она теперь является образцом культуры и искусства, занимая в иерархии ценностей верхние строчки.

Отрицательными качествами массовая культура наполняется, когда ее используют как транслятор, посредством каналов СМИ, популяризируя темы секса, насилия с целью повышения рейтингов и увеличения прибыли.

Нельзя не согласиться со словами ученого Э.Тоффлера: «Поскольку удовлетворяется все больше и больше основных нужд покупателей можно твердо предсказать, что экономика будет еще энергичней идти навстречу тонким, разнообразным и глубоко персональным потребностям покупателя,

потребностям в красивых, престижных, глубоко индивидуализированных и чувственно приятных для него продуктах» [81,248].

Но при разумной и грамотной организации взаимодействия СМИ и культуры можно добиться максимальных результатов по приобщению массовой аудитории к культурным ценностям. Массовая культура имеет все шансы быть первым этапом в условиях глобального мира на пути к приобщению и знакомству аудитории с образцами и явлениями культуры и искусства.

Влияние глобализации на культуру и ее продукты оценивать можно двойственно. С одной стороны глобализация делает возможным выход культуры за пределы территориальных, ментальных границ, а информационные технологии способствуют распространению многообразных культурных традиций, продуктов искусства далеко за пределами одной страны, в которых они функционируют и зарождаются. И вместе с тем, сегодня активно пропагандируется образ жизни и ориентиры западного общества, насаждается западная культура, как эталон и образец для подражания, культуру зачастую используют в целях достижения определенных политических результатов.

Видный ученый П.А.Цыганков пишет: «Объективные культурные пределы универсализации западной цивилизационной модели указывают как на бесперспективность попыток ее бездумного копирования и пренебрежения национальными традициями, так и на бесперспективность сохранения самобытности путем самоизоляции и отрицания завоеваний всемирной цивилизации, что доказывает пример Ирана: ни предпринятая шахом М.-Р.Пехлеви (при поддержке США) попытка форсированной модернизации по западному образцу, сопровождавшаяся подавлением самобытных культурных традиций, ни желание А.Хомейни спасти самоидентичность путем очищения от «западной скверны» и возврата к традиционным ценностям (особенно, в их наиболее непримиримой, радикальной версии) не способствовали стабилизации иранского общества и международной системы в целом. В то же время пример Японии доказывает возможность сохранения самобытных культурных



норм, национальных традиций (выступающих в роли мотиваций развития) в сочетании с восприятием западных ценностей» [91,156].

Эксперты Таджикистана так оценивают процесс глобализации культуры и искусства: «Глобализм не спрашивает разрешения войти в наш дом или нет. Он просто входит, и уже находится внутри нас, в наших семьях, в наших детях, он в нашей одежде, продуктах питания, технологии, которую мы используем. Он в сателитах, в Интернете и т.д. и, полагаю, глобализм такой, в общем-то, не страшен. Страшен его цинизм, который игнорирует наработанные общечеловеческие, национальные, региональные ценности. Видимо нам нужно защищаться от этого цинизма и равнодушия к ценностям. Главное, чтобы этот цинизм не вселился в нас самих. Важно, чтобы мы не стали манкуртами. Однако в нашем стремлении сохранить традиции прошлого меня беспокоит другой аспект. Наблюдается у нас в регионе борьба за право быть владельцами традиций, за присвоение общего наследия. Это стремление позволяет этническим стратегам представить свой народ более древним, чем это представлено в нынешней истории этносов. Но ведь сегодня не столь важно насколько ты древен. Традиции духовные, наряду с их оригинальным сохранением в таком виде, коем они достались нам от прошлого, должны быть интерпретированы в ногу со временем, с учетом современного уровня культуры человека и общества. Если мы хотим сохранить живое существование наших традиций, мы не должны из них делать музейных экспонатов. Они должны войти в активные элементы нашего творчества, нашей культуры, они должны быть переосмыслены, должны быть изложены в новой трактовке. Но подчеркну, это нужно делать талантливо», - считает искусствовед С.Рахимов[41,70-71].

Кроме того, немаловажным для культуры и искусства, в частности Таджикистана, исследователи видят процесс интеграции, ставший возможным благодаря глобализации. «Глобализация вопроса, как бы мы ни старались измельчить этот вопрос, утаивать в кругу проблематики своих профессиональных задач, все же встает во весь рост таким образом: «Что будет в даль-

нейшем с культурой Центральной Азии?». Сумеет ли мы в «гордом одиночестве» сохранить и развивать эту культуру? Ведь ни для кого не секрет, что в течение тысячелетий эта культура развивалась в рамках одного свободного и очень благотворного региона и сегодня впервые в истории этого региона появились границы со всеми вытекающими отсюда последствиями – политическими, экономическими, духовными, культурологическими, этническими, их сотни. Как эти проблемы могут повлиять на дальнейшую судьбу культуры Центральной Азии? И вообще, к чему может привести изоляция? В мире существует тысяча примеров того, к чему приводит изоляция – культурная, экономическая. И почему, вдруг, так получилось, когда многие регионы объединяются, мир хочет объединиться во всем, на родине великих творцов цивилизации, которым поклонялись во всем мире – Фараби, Ибн Сино, Бируни, Аль Хорезми, Джами, Рудаки, Навои и на родине поэта, который говорил: «Объединяйтесь» Джалолиддина Руми, разъединяются?», - говорит ректор Института искусств Таджикистана А. Низамов. Грамотная политика в этой сфере, по мнению исследователей, должна вестись как на государственном уровне, так и в СМИ[41,49-52].

Отметим еще одну тенденцию современности – активность воздействия глобализации никаким образом не сказалась на улучшении и качестве развития культур стран аутсайдеров, положительно повлияв лишь на преуспевающие культурные потоки. И этот контраст в условиях глобального мира стал еще более очевиден.

«Если ранее, их показатели, предположим, уровня человеческого потенциала, постепенно сближались, что рождало определенный оптимизм у тех, кто принадлежал к третьему миру, то теперь надежда на то, что страны аутсайдеры в обозримой исторической перспективе смогут сблизиться со странами лидерами практически угасла. Расхождение в темпах их культурного развития становится с каждым годом все явственнее, порождая практически неразрешимые противоречия, провоцируя рост национализма, шовинизма и ксенофобии, создавая предпосылки для возникновения радикального

экстремизма, в основе которого, как показывает практика, зачастую лежит чувство оскорбленного национального достоинства, представление о былом величии и ведущей роли в культурном развитии, утраченной в результате культурной экспансии, осуществляемой длительное время странами, принадлежащими к другой цивилизационной системе.

Глобализация утверждает культурную экспансию как единственный способ культурного взаимодействия. Она реанимирует принцип европоцентризма, возвращает нас к тем временам, когда «свет цивилизации» несли конкистадоры и авантюристы всех мастей, воодушевленные идеей абсолютной ценности европейской культуры и совершенства европейского образа жизни» [27,6].

Руководитель Союза ремесленников Таджикистана, автор и ведущая программы «Силуэт» Сарвиноз Ходжиева, приводя примеры из повседневной жизни, так описывает художественную реальность Таджикистана:

«В положительном смысле слова «массовым» является народное творчество, искусство примитивов, наивное искусство, в котором простота формы искупается искренностью, непосредственностью художественного чувства и следованием исторической традиции.

В негативном смысле, «массовым» презрительно именуют суррогат, подделку, невзыскательное отношение к искусству.

Негативными явлениями массового можно считать все то, продается в подземных переходах, в цветочных лавках. Это печатная продукция, которая не имеет ценности, но хорошо покупаемая, потому, что относительно недорого стоит и ею декорированы многие рестораны и кафе. Эти «картинки» отводят зрителя от истинного искусства живописи и графики. Это и есть массовое искусство, отличающееся от элитарного. Аудитория может наслаждаться красивой картинкой, приобретая лишь суррогат.

Так или иначе, но культура подвергается воздействию средств коммуникации, распространяемых через информацию, способную преодолевать территориальные границы.

И те культурные тенденции, которые диктует нам сегодня культура Западная, являются определяющими. В качестве обоснования достаточно рассмотреть афиши местных кинотеатров и сравнить их с анонсами фильмов, тиражируемых в Интернете[109]».

Продукты культуры, навязываемые аудитории по средствам Интернета, теле- и радиопрограмм, опровергают своим присутствием устоявшиеся ориентиры и ценности, заменив их новыми образцами, соответствующими запросам рыночным, рентабельным, экономически выгодным.

И СМИ, исходя из своей функциональной принадлежности, в этом процессе играют одну из ключевых ролей. Как сказал американский исследователь М.Лернер: «Совершенно очевидно, что те, кто контролируют образы, направляемые в дома людей, а так же в их умы, обладают, по крайней мере, косвенным контролем над этими умами» [44,21]. Подобное утверждение в равной степени можно считать соответствующим как предназначенности культуры, так СМИ.

Подобного мнения придерживался и основоположник исследований новой цивилизации А.Моль. Он видел коренные изменения, прежде всего, в манере мышления человека, на которую сегодня влияют именно СМИ.

«Знания, полученные в период «школьного обучения», играют все меньшую роль, гораздо большую роль играет то, что рядовой человек «прочтет на афише в метро, услышит по радио, увидит в кино или по телевизору, прочтет в газете по дороге на работу или узнает из разговоров с сослуживцами и соседями; от школы остается только дымка полузабытых понятий. Свои «ключевые понятия» – идеи, позволяющие привести к единому знаменателю впечатления от предметов и явлений, – современный человек вырабатывает статистическим путем, а этот путь в корне отличается от пути рационального картезианского образования» .

В.В.Перевалов полагает, что культууроформирующие функции журналистики в основном повторяют содержание основных функций культуры:

1. Поддержание единства и целостности человеческой деятельности в двух видах: историческом (диахронном) и структурно-системном (синхронном) – это основная функция культуры.

2. Человекотворческая функция – формирование определенного адекватного данной общественной системе типа личности.

3. Функция передачи социального опыта – обмен опытом между поколениями, странами и народами.

4. Гносеологическая функция – познание окружающей среды и самопознание.

5. Регулятивная функция – определение поведения в той или иной ситуации.

6. Функция освоения и преобразования мира.

7. Коммуникативная функция.

8. Функция накопления и хранения информации.

9. Функция проективной разрядки (снятия эмоциональной напряженности посредством ритуализации деятельности) [58,57].

Следовательно, теоретически культууроформирующая функция журналистики, сводится к пропаганде и распространению в обществе высоких культурных ценностей, приобщению аудитории к образцам общемировой культуры, формированию у нее вкуса. Она фактически являет собой один из институтов культуры, работающий на обогащение внутреннего мира человека.

Именно СМИ, благодаря широкому развитию системы каналов передачи информации, делают культуру доступной для самых широких кругов. Благодаря технологиям, применяемым СМИ, аудитории предоставляется возможность получать информацию о культуре и искусстве той или иной страны, распространять ее.

Естественно, что это обязывает журналиста профессионально разбираться в образцах художественных достижений, компетентно освещать по-

добные темы. Необходимо так же знать сферы культурных пристрастий и увлечений аудитории.

В подобной деятельности скрыт определенный парадокс. С одной стороны культууроформирующие функции, исходя из своих истинных задач, способны противостоять воздействию «массовой культуры», китчу. И в тоже время им предназначено приобщение к подлинной культуре самых широких масс.

Но это в идеале. В глобализированном мире и культура, и СМИ развиваются по совершенно иному сценарию. Ориентиры сегодня рынок, экономика, спрос аудитории.

Маркетинговая функция сегодня вытеснила культууроформирующую. А особенности рекреативной функции, направленные на развлечения и релаксацию, куда востребованнее в работе журналистов, превративших искусство в «парк культуры и отдыха».

Использование методик манипулирования, подкрепленное современной информационно-технической базой превратило СМИ в инструмент, воздействующий на настроения, убеждения и сознание общества. Будучи зависимыми от интересов своих владельцев, СМИ превращают общество в обезличенную и управляемую толпу, в которой теряется индивидуальность.

Принцип работы СМИ выглядит примерно так: они не только фиксируют события действительности, но моделируют ее в соответствии с определенным социальным заказом. Зачастую вместо информирования общества, наблюдается влияние и воздействие на аудиторию путем использования намеренно-отобранной информации и контекста ее подачи аудитории. Второй сценарий сводится к тому, что СМИ предоставляют обществу все то, что приносит наибольшую выгоду – финансовую, социальную, политическую. Потому можно наблюдать, как в различных СМИ освещение одного и того же факта диаметрально противоположно. Такую тенденциозность задает социальная зависимость.

Очевидно, что культууроформирующая функция сегодня существенно видоизменилась, трансформировалась, синтезируя в себе маркетинговую и релаксационную.

Свобода передачи информации по каналам СМИ наполнила их низкокачественной эрзац-продукцией, формирующее воздействие которой исследователи называют «антисоциальным».

Тот факт, что каналы СМИ транслируют продукты культуры, ценность которых в художественном смысле весьма спорна, свидетельствует о важности создания свода принципов и критериев культууроформирующего функционирования СМИ, который представлял бы собой культурную защиту общества от негативных влияний массового, от утраты этнической принадлежности и традиций, от безвкусицы и поверхностного отношения к культуре и искусству.

Считаем необходимым факт включения в него положений об ограничении свободы слова в установленных рамках. Речь не идет об ограничении распространения информации, которая может быть расценена госструктурами в качестве вредной или угрожающей безопасности или морально-этическим нормам. Речь идет о цензуре в интересах и на благо общества, как норма, которую нужно сформировать с целью регулирования ограничений на трансляцию в СМИ неприглядных подробностей жизни людей, насилия.

Как известно, любая свобода – есть ответственность за выбор и действие. В данном случае резонно говорить об ответственности моральной. Поэтому журналистам необходимо осознавать ответственность за результаты своей творческой деятельности. Подобно тому, как существуют нормативные акты этических норм журналистики, принципиально важным считаем создание этических норм деятельности журналиста в культурном пространстве. В случае пропаганды аморальных, антисоциальных «ценностей», противоречащих канонам эстетики и нравственности деятельность СМИ и деятелей искусства необходимо подвергнуть определенного рода ограничениям.

Думается, что свобода слова может быть безопасной лишь в рамках ответственности, которую на данном временном этапе информационному обществу придется навязывать путем цензуры.

Вместе с тем, не менее важным считаем наличие четко прописанных критериев культуроформирующей деятельности СМИ в условиях глобальной действительности с учетом трансформации функций и их синтеза, предусматривающих не только ограничения, но и права, необходимые руководящие аспекты деятельности, которые бы способствовали ориентированию журналиста в пространстве культуры.

Итак, как установлено, постиндустриальная эпоха создала совершенно иные условия развития человечества. В качестве ярчайших примеров этого, можно наблюдать, как противоположные по своей исторической традиции культуры перешли к взаимодействию и взаимообогащению. Значительная роль в этом процессе принадлежит СМИ. Однако наряду с положительными моментами, связанными с межкультурной интеграцией, веяниями современного искусства, наблюдается и ряд негативных тенденций, связанных с проникновением образцов массового искусства, зачастую не выдерживающего критики. Влияют на сложившуюся ситуацию именно СМИ. Они способны, как противостоять негативным тенденциям глобального мира, так и выступать в роли акторов процессов глобализации, неся в себе информацию, способствующую культурной экспансии со стороны Запада. Процесс этот неоднозначен, поскольку и на СМИ глобализация сказалась существенным образом, в частности в плане функционирования. Как свидетельствуют результаты проведенного ранее анализа, культуроформирующие функции в новых условиях существования СМИ под давлением экономической и рекреативной функции значительно трансформировались.

В идеале, в современных условиях цель функционирования СМИ – формирование с помощью художественной культуры человека новой постиндустриальной цивилизации, способного не просто воспринимать потоки информации, активно навязываемой ему, но и управлять ими для



своего духовного развития. А также содействовать созданию все новых и новых произведений культуры, расширению пространства культуры.

Thank you for trying PDF Suite

## ГЛАВА II. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ИСКУССТВА НЕЗАВИСИМОГО ТАДЖИКИСТАНА И ЕГО ОТРАЖЕНИЕ В СМИ

### §2.1. Освещение вопросов культуры и искусства в общественно-политических СМИ Таджикистана и России

Прежде чем приступить к анализу публикаций на тему культуры и искусства в обозначенных изданиях, считаем целесообразным выяснить позицию и самих журналистов, редакторов изданий относительно взаимодействия масс-медийного и культурного комплексов Таджикистана. Это даст расширенную картину сложившейся ситуации вокруг культууроформирующей деятельности СМИ в условиях трансформаций, вызванных глобализацией.

Участникам было предложено заполнить анкету, содержащую два блока вопросов. Первый нацелен на изучение позиции журналистов о проблеме влияния государства на культурные процессы: культурная политика и ее влияние. Во втором выяснялась информационная политика издания, представляемого участником опроса и позиция журналистов относительно роли, которую должны играть в культурном процессе.

#### *1. Культура и государство.*

Таким образом, анализируя и суммируя ответы первого блока вопросов, можно выделить два прямо противоположных ряда суждений о государственной политике в области культуры и искусства.

Отвечая на вопрос «Действует ли в стране культурная политика и есть ли она вообще?» большая часть участников заявила, что у государства на сегодняшний день какой-либо внятной культурной политики нет, охарактеризовав ее как «формальную», не имеющую фактической силы. Противоположной позиции придерживается та группа журналистов, которая видит прямую взаимосвязь существования государства и культуры, считая невозможным развития одного без другого. Свои ответы они аргументировали следующими примерами действий государства в области культуры и искусства:

- сохранение и поддержание национальной культуры, возрождение традиций этноса и самобытности;
- попытка выхода на международную площадку: проведение международных фестивалей; проведение дней культуры и искусства в стране представителей других государств.

Значительно единодушнее сложились мнения о том, необходимо ли вмешательство государства в процессы культурного развития. Основная масса ответов свидетельствует о том, что роль государства в этом процессе крайне важна. Опрошенные полагают, что именно государство должно определять основные приоритеты развития искусства в стране и разрабатывать механизмы их реализации.

Далее участникам анкетирования был задан вопрос: «Какой, по Вашему мнению, должна быть культурная политика в Таджикистане, исходя из сегодняшних реалий?». Полученные ответы свидетельствуют, что журналисты, полагающие, что у государства должна быть какая-то культурная политика, хотят, в первую очередь, чтобы это была осмысленная политика, ориентированная на охрану и содействие развитию направлений искусства как национального, так и современного. Ряд опрошенных, а это 37%, считают, что обязательной составляющей культурной политики должно быть уважительное отношение к контркультурам. Кроме того, было высказано мнение о том, что государство должно интересоваться культурой, прежде всего, как инструментом воспитания. Были предложены и другие варианты:

- необходимо создание, наряду с главным министерством, некоего общественного органа, эксперты и участники которого и должны разработать новую политику;
- поднятие уровня искусства внутри самой страны.

Кроме того, группа журналистов полагает, что в культурную политику страны должен войти такой аспект, как налаживание концепции образования

и подготовки подходящих данной сфере кадров, как в области искусства, так и в области журналистики, направленной на его освещение.

Исходя из полученных ответов в блоке «Культура и государство» можно заключить, что журналисты интересуются проблемами современной художественной действительности страны. В частности, особое значение придается недостатку финансирования и механизмам реализации культурной политики страны.

При этом большая часть опрошенных журналистов считает, что в настоящее время в нашей стране нет какой-либо внятной и осмысленной государственной политики в области культуры и искусства.

Исходя из выявленных в ходе анкетирования мнений, можно констатировать, что культурная политика государства должна быть, прежде всего, ориентирована на сохранение культурного наследия и традиционного искусства. Значительная часть опрошенных журналистов считает так же, что государство должно поддерживать и современное искусство, лояльно относиться к контркультурам.

## *2. СМИ в пространстве культуры.*

В рамках исследований этого блока первостепенным было выяснить, какой свою читательскую аудиторию видят журналисты, и считают ли тему культуры и искусства интересной для читателя.

Вся группа участников оказалась практически единодушной во мнении, что для читателей тема искусства актуальной на сегодняшний день не является. Опрашиваемые журналисты считают, что данная тематика может заинтересовать лишь узкий круг читателей, – это либо сами деятели искусства, либо исследователи. Однако давали на этот вопрос и положительный ответ те журналисты, которые полагают, что тема искусства может быть интересна читателю в связи с его участниками, имея ввиду гляцевые околокулисные издания, специализирующиеся на светской хронике. Следовательно, искусство здесь интересует читателя исключительно как повод, а не как причина.

Отвечая на вопрос, насколько профессионально по их собственному мнению поставлена работа по освещению искусства в их редакциях, журналисты признались, что хотя в изданиях и есть, человек, специализирующийся на данной теме, но работа все же поставлена несистемно и непрофессионально. К примеру, 35% связывают эту некомпетентность с недостаточным количеством публикуемых материалов и с отсутствием регулярности публикаций.

Другая часть участников опроса – 28% считает, что в издании арт-критическая деятельность поставлена непрофессионально, публикациям недостает черт профессиональной критики, качественной оценки искусства, а самим журналистам специальных знаний в этой области.

Остальные сообщили, что в их изданиях на темы культуры писали, практически, все журналисты.

Говоря о профессионализме журналистов, специализирующихся на освещении данной темы, 48% опрошенных журналистов отметили, что сегодняшнему поколению арт-критиков и журналистов недостает профессионального обучения в этой сфере, и потому они считают целесообразными семинары или подготовительные курсы для журналистов, пишущих на темы искусства.

Суммируя ответы на вопрос о том, какие задачи, по мнению журналистов должна решать пресса в области культурных процессов, можно выделить в качестве главной задачу отражения разнообразия в сфере культуры, затем формирование высоких культурных стандартов и информирование людей о том, что происходит в сфере культуры.

Таким образом, анализ полученных в данном исследовании результатов и оценок культуроформирующей деятельности СМИ позволяет судить о том, что сегодня журналистика Таджикистана находится в состоянии некоего застоя при осуществлении своих культуроформирующих функций.

Роль и место журналистики в сфере формирования ценностей искусства и культуры у аудитории журналисты видят в следующем:

- позиционирование себя в качестве пропагандиста искусства. СМИ становится своего рода посредником между искусством и общественностью, связующим звеном;

- выявление недостатков, как в политике государства в области культуры и искусства, так и в деятельности самих представителей культуры;

- СМИ должны играть существенную роль при развитии и сохранении образцов национального искусства;

- наряду с этим способствовать интеграционным процессам искусства;

- развлекательная функция.

Итак, анализ вопросов этого блока проявил ряд тенденций, сформировавшихся в среде искусства, общественности и журналистов. На данном этапе своими главными задачами в области культуры опрошенные журналисты считают отражение всего многообразия искусства, формирование высоких культурных стандартов и информирование людей о том, что происходит в сфере культуры. Причину того, что всего перечисленного не делается в полном объеме сегодня, они видят в отсутствии компетентных пишущих кадров. И подчеркивают, что вопрос подготовки профессиональных арт-критиков сегодня стоит крайне остро.

О том насколько ответы-откровения журналистов совпадают с печатной действительностью и периодикой, будет свидетельствовать структурно-функциональный анализ СМИ.

Этот анализ проводился с учетом понимания того, что присоединение к мировому контексту и смена общественно-политического строя сформировали новый рейтинг образцов и продуктов искусства. Изменение приоритетов имеет как общие закономерности, характерные для всех видов масс-медиа (например, падение интереса к литературе, акцент на интерпретации и жанр комментария), так и специфические, зависящие от направленности того или иного СМИ.

На первый взгляд писать на темы культуры просто. Достаточно ответить на три вопроса: Что? Где? Когда? и Почему?

Но формируют ли подобные материалы культуру человека? И если «да», то какую культуру они сформируют? Насколько эффективно проходит процесс формирования?

В этой связи в ходе исследований деятельности СМИ была сделана попытка определить, каково современное состояние культуроформирующей деятельности СМИ Таджикистана в сопоставлении со СМИ России. Для этого в данном параграфе проведено исследование по следующим основным составляющим: общая панорама развития искусства на страницах СМИ, тематика публикуемых материалов, проблемы национальной культуры на страницах массовой печати, способы и методы подачи информации и жанровый аспект в контексте изменений глобального мира.

Отметим, что в исследовании намеренно не делается разделение на параметры арт-критики, состоящей из кинокритики, критики музыкальной и театральной, поскольку системной работы журналистов, которые занимались бы конкретной категорией из перечисленных, практически нет. Встречаются единичные случаи, когда о музыкальной или театральной жизни для издания пишет постоянный автор. Об этом будет указано далее в исследовании. Анализируемые публикации рассматривались с позиций разделения арт-критики и художественной журналистики.

Проводимое в рамках настоящей работы изучение практической реализации культуроформирующих функций журналистики исследует общественно-политические и специализированные издания с 2000 по 2013 год. Для исследования характеристик реализации культуроформирующих функций были выбраны следующие издания:

- русскоязычные печатные СМИ Таджикистана: газета «Азия плюс», «Народная газета», журнал «Somon Air» (рассматривается в порядке исключения, об этом будет указано ниже), материалы информационных

агентств «Азия плюс», Национального информационного агентства «Ховар» при правительстве Республики;

- российские СМИ: электронные газеты: «Дни.ru», «Газета.ru», «Итоги.ru», «Известия», «Московский Комсомолец».

В ходе предварительных теоретических заключений, выстроено предположение о том, что политика современных изданий в отношении освещения культуры и искусства далека от истинной предназначенности. Очевидна диспропорция между количеством происходящих событий в этой сфере и их отражением в СМИ. Это лишает читателя и журналистов возможности увидеть состояние искусства в разных ракурсах, сквозь призму критических выступлений по актуальным вопросам культуры и искусства. Подтверждают это результаты мониторинга. Наглядно высказанное выше убеждение, доказывает сам факт расположения материалов о культуре и искусстве на страницах изданий. Зачастую новости размещаются не релевантно. Стоит отметить, что именно в начале 2000-х годов подобная практика применялась чаще всего. К примеру, на протяжении десяти номеров с (1 по 10 №102-111), в газете «Азия плюс» заметки об искусстве: «Таджикские артисты поедут в Катар», «Они нарисовали Родину», «Фарзин» спели свое Индиго» соседствуют с новостями энергетики, экономики, о стихийных бедствиях, словно конкурируют с новостной картиной дня.

Даже элементарное сокращение площади, которая отводится на освещение культурных событий, на самом деле чревато вполне серьезными проблемами, главная из которых заключается в том, что критикам практически негде применить соответствующую журналистскую практику. Кроме того, происходит подмена качественных текстов, посвященных рецензированию или освещению того или иного события классического искусства, на сплетни, связанные с закулисными или околокулисными событиями, направленные не на оценку события как такового, а на поиски сенсационности.



Таким образом, серьезной арт-критики в массовых влиятельных газетах нет. И уже сформировано поколение читателей и журналистов, у которых нет четкого представления о том, что такое качественная, профессиональная рецензия и компетентное освещение того или иного события культуры. Это, безусловно, является проблемой самого журналистского сообщества. Но вместе с тем, это – проблема состояния общества, связанная с отношением к культуре вообще и, во-вторых, к тем средствам массовой информации, которые пытаются ее поддерживать и пропагандировать.

Проведенный анализ свидетельствует, что самой популярной темой, как для СМИ Таджикистана, так и для СМИ России является кино во всех его проявлениях. Если просматривать первые пять номеров различных изданий, к примеру, 2010 года, то можно увидеть, что тема кино и всех, кто с ним связан, заполняет большую часть информационной полосы «Культура». Так, газета «Дни.ru» подробно описала церемонию вручения кинонаград американской киноакадемии «Оскар». Причем, если анализировать сами материалы о том событии, то они едва ли могут объяснить читателю, что за фильм удостоен награды, или почему актер получил кинонаграду. Вообще, ситуация освящения церемонии премии «Оскар» в 2010 году – убедительно демонстрирует насколько СМИ идут на поводу у аудитории, забывая о том, что они должны ориентировать читателя, а не удовлетворять его заказы. Рассматривая публикации газеты «Итоги.ru», в частности «Оскар» против «Глобуса» можно проследить, как журналисты растиражировали голливудскую сплетню о том, что основные соперники в борьбе за главную награду киноакадемии – бывшие супруги Джеймс Кэмерон и Кэтрин Биггелу. О художественной ценности фильмов или об уникальности кинолента в программе церемонии говорилось значительно меньше, чем об околокулисных сплетнях. Кроме того, акцентируется внимание и на кассовости фильмов [165].

Печатные СМИ Таджикистана мировые новости культуры на своих страницах практически не публикуют. Причин тому несколько. Первая,

которой чаще всего аргументируют подобную позицию, связана с отсутствием собственных корреспондентов за рубежом. Другая заключается в том, что основной упор в СМИ делается на культуру внутреннюю и национальную. Единственная информация, публикуемая на страницах отечественных изданий – это интервью или светская хроника из жизни мировых знаменитостей. К примеру, еженедельник «Азия плюс» практикует это на протяжении нескольких лет, начиная с 2002 года под рубрикой «Кумиры».

Продолжая разговор о кино, следует отметить, что тема эта в таджикских изданиях столь же популярна и актуальна, как и в российской прессе. Но если российские издания в особенности «Дни. ru» акцентируют внимание на киноафишах, звездах кино, зачастую зарубежного, и эти материалы носят, как правило, развлекательный характер, то для отечественных газет все более востребованными становятся проблемные публикации, посвященные развитию кинематографа.

Так, газета «Азия плюс» публикует статью «Кино на болванках. Тенденция или выход из ситуации» [142], в которой автор, используя комментарии кинокритиков и киноведов, пытается разобраться в том, насколько публика подготовлена сегодня к настоящему кино, рассматривается проблема финансирования таджикского кино. Грамотно и профессионально выстроенный материал формирует у читателя серьезное отношение к национальному кинематографу. Теперь тенденция о том, что в Таджикистане нет кино, сменилась на тенденцию о том, что в таджикском кино есть, что возродить. Еще одна позиция в отношении освещения темы кино – информирование. События из области кино описываются лаконично, без комментариев. Газета первая информирует читателя о том, что мировые кинопремьеры теперь будут выходить на экраны отечественных кинотеатров одновременно с их мировой премьерой - «Мировое кино теперь в Душанбе» [143]. Эта публикация оснащена пояснениями автора относительно изменения графика работы кинотеатров, преимуществ

нововведений. Отметим, что афиши киносеансов газета публикует в качестве рекламы.

Особый интерес авторов вызывает и фестивальная жизнь кино. О ней пишут как в форме анонсов: «Истинный полдень завоевал очередную награду» [168], сообщающий читателю о международном триумфе отечественного фильма на международной арене, так и в форме отчетов: «Эхо «Дидора» [169], в котором описывается программа международного кинофестиваля, колыбелью которого стал Душанбе, указываются фавориты и лауреата. Эффективно используют и жанр аналитической статьи: «Дидор»-кинофестиваль дружбы и сотрудничества» [146] раскрывает особенности национального кинематографа в контексте мировых кинотенденций. Автор проводит параллели отечественного и центральноазиатского кино. Отмечаются особенности и преимущества развития фестивального кино в условиях глобализации.

Такой подход к освещению вопроса о кино в частности, и о культуре в целом, значительно плодотворнее, чем постоянная констатация отсутствия культурной жизни как таковой. Это скорее вызовет у читателя интерес к культуре, чем статьи формата «желтой прессы» и попытки разобраться в том, почему в Таджикистане уровень развития искусства значительно слабее, в сравнении с другими странами.

Активно освещает тему кино и НИАТ «Ховар». В силу своей информационной направленности, жанровой обособленности сотрудники агентства анонсируют, делают репортажи, интервью обо всем, что связано с кино. Это может быть и заметка о том, что «Жители столицы смогут смотреть все кинопремьеры в день их выхода в мировой кинопрокат», или интервью со сценаристом Сафаром Хакдодовым «Невозможно строить демократию, преграждая дороги границами» о завершении съемок первой за последние 20 лет киноленты на пленке, которую ожидает мировая кинопреьера. Так же в агентстве отслеживают и фестивальную жизнь кино.

Особенно часто писалось о кинокартине «Истинный полдень», получившей мировое признание.

«Народная газета» на протяжении нескольких номеров публикует серию исторических очерков, посвященных 80-летию таджикского кино. Авторы всех этих очерков Галина Эльбаум и Саъдулло Рахимов – весьма авторитетные фигуры в таджикском искусстве, члены союза кинематографистов, киноведы. Без сомнения серия этих очерков, исполненная фактами, написанная живым языком интересна читателю. Интересно ему и мнение, отзывы авторов о том или ином событии в истории «Таджикфильма», о той или иной картине, поскольку это мнение профессионалов. К примеру, в очерке «Таджикское кино на перепутье» Саъдулло Рахимов рассуждает о тенденциях и приоритетах современного кинематографа и его истории.

Исходя из мониторинга, проведенного среди изданий России и Таджикистана, можно утверждать, что кино – одна из наиболее актуальных и первых по популярности тем для СМИ. Разница между российскими изданиями и местными в том, что в прессе России о кино пишется значительно больше и расширенное. У российского читателя есть возможность получать широкий спектр информации, как о зарубежном кино, так и о местном. И эта информация может быть разного характера, как под массовую культуру (сплетни из светской жизни звезд, скандалы в шоу-бизнесе – «Газета.ru», так и под элитарную («Дни.ru» - «Особенности отечественной киноиндустрии»). СМИ Таджикистана в отношении политики освещения кино отличает четкая линия и позиция – развлекательного материала, черт желтой прессы и киноафиш практически нет. Всем публикациям, связанным с кино свойственно наличие проблемы и попытки ее решения, или же строгая информативная позиция.

Здесь позиция кинокритика может быть довольно влиятельной, ведь кино – это вид искусства, существующий в тираже. Важно, сколько людей

посмотрит фильм, и кинокритик имеет на это влияние: если он пишет, люди заинтересованные прочтут и пойдут или не пойдут в кино.

Вторая по популярности тема – это музыка. Прежде всего, в цене исполнительское искусство, то есть то, что имеет широкую аудиторию за пределами страны.

Частота обращений к этой области характерна для тех СМИ, которые условно можно отнести к категории «А» [11].

Такая тенденция является общей и для СМИ Таджикистана, и для российских изданий. Если просматривать подшивку газеты «Азия плюс» за 2002, 2010, 2012 годы, то можно насчитать от четырех до девяти материалов о музыкальном течении жизни в стране, что уже само по себе является положительной цифрой, поскольку бывают такие периоды в газете, как например 2009 год, когда о музыкальных событиях упоминается лишь несколько раз за год. И такой низкий показатель не связан с отсутствием информационных поводов.

Для музыкальных обзоров 2002 года характерен выбор журналистами в качестве героев материалов не столько общепризнанных звезд и знаменитостей, сколько музыкальных коллективов, которые только начинают свой творческий путь. К примеру, в интервью с исполнителями группы Last Rame «Last Rame»: гарантия качества» [161] такая позиция используется автором не столько, чтобы обозначить уникальные музыкальные и вокальные особенности коллективов, но в связи с проблемой популярности, возможностью попасть на большую сцену.

Менее повествовательна работа журналистов НИАТ «Ховар». Корреспонденты колонки «Культура» неоднократно писали о музыкальных фестивалях с участием исполнителей из Таджикистана («Певцы из Таджикистана удостоены международной премии «Big apple award», «Юный исполнитель из Таджикистана примет участие в фестивале Сан-Ремо», «В столице подведены итоги международного фестиваля-конкурса «Фалак»»). Так же издание анонсирует концерты и музыкальные мероприятия – «Группа

«Само» даст в столице концерт в поддержку своего нового альбома», «В столице пройдет вечер памяти известного композитора», «Дань французским композиторам отдадут в ТНК». Зачастую эти анонсы не имеют продолжения. Событие проанонсировано, но за ним не следуют репортажи или отзывы.

Кроме того, эта информация, подаваемая исключительно в форме заметок и отчетов, исходя из формата издания, не дает полноценной и развернутой картины музыкальной действительности. Прежде всего потому, что не поднимает никаких проблем, не учитывает актуальности того или иного события искусства, а направлена исключительно на информирование, во-вторых, это лишь разовая подача информации, только при наличии информационного повода. То есть работа агентства в этом направлении соответствует новостной Интернет-журналистике. Глобальный мир диктует информационным агентствам тенденции молниеносной подачи информации. Но у работы этого агентства есть свои преимущества – оно освещает все музыкальные события без исключения, будь то события национальной культуры или республиканского значения.

Для российских СМИ в освещении музыкальных вопросов характерна та же позиция, что и для кино. Большая часть материалов посвящена событиям зарубежной хроники. «Дни.ru» широко освещали церемонию вручения ежегодной премии «Грэмми». Публикации были посвящены, как профессиональному исполнению и самим композициям, новым веяниям на музыкальной арене, так и закулисной обстановке: обсуждение нарядов награжденных, скандалы вокруг церемонии, конкуренты и претенденты на премию и их личная жизнь.

Категория «Б», имеет принципиально иную группу, и потому предпочитает такие виды массового искусства и субкультуры как рок-музыка, портреты звезд эстрады и телевидения. Спрос на высокопрофессиональных исполнителей с международной репутацией характеризуется, с одной стороны подчеркнутой вариативностью современной культуры, с другой таким ее качеством как

интерпритационность в противовес креативности. Не случайно более всего сегодня ценится комментарий, вариации на известные темы [11].

Очевидно, что критик-интеллектуал вынужден обслуживать категорию «А», в то время как в категории «Б» зарезервировано место для критика-журналиста, подменяющего анализ лирическими отступлениями и репортажем. Примером тому служит публикация «Франкофония 2011: поэзия в музыке и зрительных образах» [141], в которой автор приводит свои личные ассоциации в связи с музыкальными номерами исполнителей и ведет простой пересказ нескольких дней фестиваля, перечисляя участников и гостей.

Двусмысленность положения, в котором оказывается критик, описывающий местную культурную ситуацию, определяется тем, что пространства, в котором развивается актуальное современное искусство, и пространство, где функционируют СМИ, по сути дела не пересекаются. Референтная группа современного искусства не просто чрезвычайно узка, а не достаточна для того, чтобы все границы могли развернуться и нормально функционировать в механизмах современной культурной деятельности. Анализируя весьма скудный набор возможных стратегий, имеющих в наличии у художественного критика, можно прийти к выводу, что он вынужден самоопределяться в пространстве, образуемом двумя полюсами – предательство и фальсификация. Либо описывать, то что концептуально для него, но не существует для тех, кто культурно им отвергается, то есть совершать предательство, либо описывать то, что существует только в его воображении, - для тех, кого не существует в природе (то есть занимать фальсификацией) [10,80-96].

Третья по популярности и востребованности тема – театр. Если говорить об отечественном театральном искусстве, то допустимо предполагать, что театральный процесс вполне вписывается в существующую тенденцию внимания к исполнительскому искусству. Уже сегодня многие СМИ категории «А» декларируют обращенность к пока

несуществующему среднему классу: якобы публикации с анализом актуальных проблем и способов репрезентации современного искусства помогают читателю знать обо всем том, о чем не знать не прилично. Однако вызывает сомнения, что этому читателю интересны сегодня или будут важны завтра вопросы концептуальной новизны современной живописи, рассмотренные с точки зрения постструктурных теорий [10,97-100].

Публикации о театре так устроены, что следуют всегда за театром и никогда впереди него. Казалось бы, бледные спектакли, беспомощная игра актеров – куда более питательная среда для критических упражнений, но все обстоит с точностью до наоборот. Театр никакой – и критика никакая, отсутствует предмет для полемики [10,80-96].

Еженедельник «Азия плюс» о театральной жизни пишет не регулярно. К примеру, в 2010 году материалы о спектакле появлялись лишь дважды. Это был отзыв о спектакле «Эмигранты» в постановке Б.Абдуразакова. Доступно, без интриги раскрывается идея постановки, сюжетный замысел, игра актеров, автором переданы свои личные переживания и эмоции от увиденного. Материал выстроен таким образом, что отзыв о спектакле словно является отзывом на острую для жителей Таджикистана проблему эмиграции. Когда через художественные особенности спектакля автор поднимает в рецензии актуальные вопросы социально-политической жизни.

О спектакле «Эмигранты» писало и информационное агентство «Ховар». Работа агентства в отношении освещения этого спектакля построена на классическом приеме: анонс, рецензия после спектакля. Автор материалов включил в свои работы комментарий режиссера, чем сделал информацию о спектакле значительно интереснее, поскольку у читателя была возможность узнать о постановке не только с позиций журналиста, но и ознакомиться с мнением режиссера.

СМИ России в этом вопросе опережают СМИ Таджикистана. Если обратиться к архиву издания «Газета.ru» за 2008 год, то можно на протяжении шести номеров насчитать от восьми до десяти публикаций о



театре. То есть, это фактически по два материала на каждый номер. Авторы не ограничиваются исключительно анонсами или отзывами о премьерах. К примеру, «Первый улов» [164] предоставляет читателю рассуждения об актуальности произведений Чехова в современном театре. Рецензент не просто пересказывает содержание спектакля, а проводит анализ на тему того, как классиков сегодня превращают в современников. Тем самым рецензия обрывает не только фактами из спектакля, но и актуальными театральными реалиями, поскольку ведется рассуждение о современных веяниях и тенденциях в театральном мире. Как это сделано в рецензии «Духовность – это крест» [148], в которой автор рассматривает возможность постановки балета по мотивам произведений Достоевского.

Кроме того, авторы и ведущие колонки «Без ложки дегтя» часто публикуют интервью с актерами, режиссерами – участниками театральных премьер, или искусствоведами и критиками на тему того, почему так сложно привлечь зрителя в зал. Кстати, решением этой же проблемы занимается и НИАТ «Ховар». В интервью с директором Молодежного театра имени М.Вохидовым «Мы не станем гоняться за театральной попсой ради переполненных залов» автор разбирается в проблемах заинтересованности аудитории в театре и ходе работы театра по привлечению внимания к себе, рассуждая о популярном театральном искусстве и элитарном.

Многие искусствоведы отмечают, что публика с середины 90-х гг. прошлого столетия стала менее образованной. Она больше не ищет социальной правды, ориентиров. Публика ожидает от театра простого развлечения, особого эстетического удовольствия. Публика значительно проще относится к театру, чем прежде. Вместе с ней изменился и сам театр. Режиссура сегодня обращена не к разуму и сознанию зрителя, его гражданским чувствам и социальным инстинктам, а к эмоциям.

Сами театры стали отличаться один от другого кардинально, в гораздо большей степени, чем это было раньше. Это положение имеет большое значение для критики, которая теперь не может мерить всех одной меркой и

предъявлять одни и те же критерии к различным театрам и спектаклям. Критика должна учитывать, на кого театр работает, то есть включать позицию зрителя [13].

Учитывая эти особенности освещает театральную жизнь «Газета.ru». Автор рецензии «Для слез с оркестром» [149] указывает: «Постановочная команда новой «Травиаты» воплотила витающие в воздухе пожелания московской публики. Она, публика, гневалась на некоторые прежние премьеры Большого, те постановки называли недостойными великой сцены экспериментами в «оплоте традиций». А здесь, на «Травиате», просто идиллия». При этом в заключении, рецензент подчеркивает, что такой режиссерский ход – не слишком оправдан, сравнивая постановку с телесериалом «Рабыня Изаура».

Показательно мнение о безусловной необходимости и важности критики для театра и зрителя доктора искусствоведения, профессора А.М.Смелянского: «Театр без зеркала не может существовать. Особенно в современном мире, где театр существует в системе купли-продажи. Критика ему нужна. Выбор огромный, и критика дает экспертную оценку: надо это смотреть или нет. В Москве появляются сейчас рецензии буквально через день после премьеры, как на Западе. Обычно поверхностные. Поэтому, в сущности, надо выстроить вертикаль: первый отклик, а через полтора месяца – серьезная статья, чтобы режиссер смог понять, что произошло в обществе после спектакля. Потом должна появиться книга, а для этого необходимо театральное издательство. Эта вертикаль духовной критической жизни в театре должна быть восстановлена» [69,21-25].

В ходе исследования установлено, что в прессе Таджикистана относительно вопроса театра арт-критики как таковой в чистом виде нет. Поскольку корреспонденты либо совсем не освещают театральную жизнь, либо не всегда профессионально подходят к освещению этой темы. Об этом говорит и качество и количество материалов.

Газета «Азия плюс»: за шесть месяцев 2007 года опубликовала лишь один материал о театре, «НИАТ «Ховар» за пол года 2007 шесть анонсов, на которые пришлось лишь две рецензии, три интервью с театральными деятелями.

Говоря о тематическом многообразии, нельзя не затронуть аспект подачи массовой печатью проблем и особенностей национального искусства. В рамках национальной политики важное, если не первоочередное место отводится вопросам собственно национальной культуры, ее осмысления, изучения, сохранения и развития [72,56]. Особую роль в этих процессах играют средства массовой информации, которые также должны решать целый ряд сложных задач, например, задачу поиска действительно необходимой национально-культурной тематики, осмысление того, в чем себя проявляет «национальный интерес», и многие другие.

Наряду с освещением течения и развития современного, авангардного, элитарного, массового искусства, должно вестись информирование и о традиционных предметах искусства и быта Таджикистана, дабы современные образцы, так активно проникающие в систему ценностей современного мира, не затмили в сознании аудитории историю культуры.

В отечественных СМИ подобная тенденция сохраняется, несмотря на информационные приоритеты, выстроенные в контексте глобализации.

В этой связи стоит рассмотреть работу информационного агентства «Азия плюс», корреспонденты которого делают основной упор на культуру региональную, на образцы искусства, относящиеся к этносу. Регулярно публикуют материалы о театральных постановках Хорога, Согда, Куляба, Дангары, о музейных экспедициях в далекие кишлаки республики.

К тому же сотрудниками этого агентства публикуются так называемые исторические очерки о предметах старины: «Сюзане ты мое, сюзане», «Путешествие в страну ремесел» [172], «Пришел Навруз по солнечным часам, неся с собою плодородие в долины» [117].

Пожалуй, компетентнее всего решен вопрос подачи публикаций о традиционной, национальной культуре в бортовом журнале «Somon Air». Очевидно, что подобного рода журналы нацелены на то, чтобы привлекать гостей столицы повествовательными очерками об экзотичной культуре страны. Следует отметить, что в этом журнале наряду с этим, национальная культура приобретает черты не просто чего-то архаичного, музейного и экзотичного, но функционирующего и развивающегося. (Журнал введен в мониторинг в порядке исключения, поскольку, по нашему мнению, ему присуща качественная подача информации на темы национального искусства). В статье «Мелодии Родины» [115] автор, рассказывая о традиционной инструментальной музыке таджиков, проводит некую параллель между инструментами и бытом, нравами и обычаями нации. Наряду с этим, материал построен так, что о древнейших инструментах рассказано не просто как о легендах, но и как о неотделимых инструментах современных и академических оркестров.

Проблемы таджикской миниатюры, как направления неразвивающегося сегодня в стране, но имеющего глубокие и интересные традиции рассматриваются в интервью с единственным в Республике художником миниатюристом Олимом Камаловым «Мастер таджикской миниатюры» [116].

Характерными чертами, раскрывающими информационную политику СМИ Таджикистана и России в области искусства, являются еще и способы подачи информации.

Изучая СМИ Таджикистана, можно заключить, что большинство материалов представлено статьями и заметками исключительно информационно-ознакомительного содержания. Подобным способом описываются новые музейные экспозиции, театральные постановки, книги. Факты, которые выбирают, к примеру, корреспонденты НИАТ «Ховар» для освещения течения культурной жизни страны, говорят о том, что в работе колумнистов нет ограничений привычными тремя: если событие,

происходящее на территории страны носит национальный характер, если материалы приурочены к определенной дате, и если происходящее носит откровенно скандальный характер. Помимо этого агентство сообщает: о приезде зарубежных деятелей культуры в республику, об отъезде отечественных звезд на гастроли, о создании новых спектаклей, организации новых концертов, выставочных экспозиций, об участии отечественных артистов в фестивалях, о внутренней деятельности библиотек и творческих центров.

В агентстве не делят исполнителей на модных и немодных, актеров на востребованных. Всем в равной мере уделено внимание корреспондентов. Так, к примеру, приводится интервью с известным актером театра и кино Хуршедом Мустафаевым: «Хуршед Мустафаев: обожаю играть мерзавцев» (сентябрь 2008), с известным миланским дирижером Джерардо Каллело «Я совершенно не желаю музыкальной революции» (январь 2009) и малоизвестным пока художником-абстракционистом Каримом Наджимитдиновым «Я не стараюсь быть понятным», с исполнителями группы «Last Fantasy», играющим музыку в стиле фэнтази-глам-рок.

Корреспонденты «Ховар» отслеживают и приезд в республику культурных деятелей из-за рубежа. Так, можно встретить интервью и заметки о джазовом квартете «Ари Роланд», о профессоре уральской консерватории В.Шкарупе, о гастролях кукольного Кемеровского театра «Арлекино», о немецкой рок-группе «Фотос», анонсы и репортажи с выставки иранских художниц, международном фестивале театров кукол «Чодари хаел».

Несколько иначе поставлена работа по освещению вопросов культуры в информационном агентстве «Азия плюс». Зачастую события выбирают по значимости, при наличии интриги, неоднозначной художественной позиции. Так, агентство активно вело работу по освещению вопроса о закрытии спектакля Барзу Абдуразакова «Безумие. Год 93-й». «Азия плюс» активно включилось в освещение процесса этого дела: опубликована беседа с Барзу Абдуразаковым режиссером спектакля «Я не люблю сомневаться в

содеянном», даны комментарии художественного совета, что при Министерстве культуры, запретивших спектакль, дан отчет о завершении этого дела. Очевидным было и то, что агентство на стороне театра и всеми силами пера стремиться помочь. Вероятно, что спектаклю дали возможность на продолжение существования именно благодаря тому, что СМИ могли в противном случае, начать полемику с государственными органами.

Однако система функционирования информационных агентств имеет и свои недостатки. Связаны они по большей своей части с существующей системой пресс-релизов, получившей распространение именно благодаря Интернету. Она в некотором смысле обезличивает манеру подачи информации журналистами. Организация рассылает для всех изданий один текст с информацией о готовящемся мероприятии. И вскоре в информационных агентствах появляется тот же самый текст из рассылки, немного подправленный в зависимости от формата издания. Его и изложение дословно дублирует первоисточник. К примеру, освещение празднования Всемирного дня музыки информационными агентствами «Ховар», «Азия плюс», «ТорТj», «Озодагон» велось в русле цитирования первоисточника, разосланного пресс-службой КЦ «Бактрия»:

*ИА «Ховар»:* В рамках празднования Дня музыки в столичном театре «Падида» состоится концертная программа, которая включает в себя выступление французских и таджикских музыкантов. Организатором мероприятия выступает Культурный центр «Бактрия».

В этом же театре, 10 июня всех любителей музыки ожидает танец-спектакль с участием французских гостей и таджикской труппы «Stars Tajiks».

Международный день музыки отмечается в Таджикистане с 2003 года и начиная с этого времени ежегодно КЦ «Бактрия» проводит музыкальные фестивали и концерты с участием местных и зарубежных исполнителей.

Напомним, впервые праздник музыки прошёл во Франции – в день летнего солнцестояния, 21 июня 1982 года. С тех пор в этот день музыканты

уже более чем в 100 странах всего мира исполняют свои произведения для слушателей бесплатно.

*ИА «Вахдат»*: Всемирный день музыки отметят в Душанбе 9 июня.

JURNAL-VANDAT (29.05.2012) В рамках празднования Дня музыки в столичном театре «Падида» состоится концертная программа, которая включает в себя выступление французских и таджикских музыкантов. Организатором мероприятия выступает Культурный центр «Бактрия».

В этом же театре, 10 июня всех любителей музыки ожидает танец-спектакль с участием французских гостей и таджикской труппы «Stars Tajiks».

Международный день музыки отмечается в Таджикистане с 2003 года и начиная с этого времени ежегодно КЦ «Бактрия» проводит музыкальные фестивали и концерты с участием местных и зарубежных исполнителей.

Напомним, впервые праздник музыки прошёл во Франции – в день летнего солнцестояния, 21 июня 1982 года. С тех пор в этот день музыканты уже более чем в 100 странах всего мира исполняют свои произведения для слушателей бесплатно.

Еще одним изданием, специализирующемся на перепечатках, является «Народная газета». «Народная газета» регулярно публикует перепечатки из информационных агентств «Ховар» и «Азия плюс». Такая тенденция, на наш взгляд, ведет к безликости газеты, и, как следствие, к безликости, однотонности представлений о культуре у аудитории. Очевидны приоритеты информационной политики газеты, в которой доминирующими темами являются экономика и политика.

В целом же из анализа этой газеты следует, что критики не часто высказываются о том, или ином событии искусства. В подшивке газеты за два квартала 2010 года опубликована лишь одна рецензия «Сто дней года» искусствоведа Заремы Карповой, в которой автор описывает все события искусства, происходившие за год. Однако публикация содержит ряд серьезных ошибок. К примеру, известного оперного певца Атхама Халикова

назвали Азамом. А картины Сайфиддина Шералиева названы «эротическими натюрмортами», в то время, как сам художник рисовал обнаженных женщин в витиеватых сюжетах, чтобы выразить свою солидарность в их стремлении обрести свободу, восхищаясь свободой их духа.

Так, уже сейчас можно говорить о том, что в отечественных СМИ, информация о культуре в лучшем случае растворяется в общей новостной картине дня, где, разумеется, культурное событие, несмотря на то, что оно является заметным, не может конкурировать с простыми бытовыми новостями и событиями.

Несколько иначе поставлена работа в освещении вопросов культуры и искусства в печатных СМИ России. Если рассматривать газету «Итоги.ru», то можно сразу отметить особое место публикаций о культуре и искусстве в этом издании. Помимо материалов, помещенных в рубрике «Культура», газета располагает регулярной рубрикой «Художественный дневник», в которой профессиональные критики размещают свои материалы о кино, театре, живописи. Преимущество наличия такой колонки в том, что если в рубрике «Культура» пишут журналисты, то в рубрике «Художественный дневник» – профессиональные критики. Новый мир искусства открывается за пределами традиционного его понимания, сообщается как о событиях из области массовой культуры («Живее всех живых», «Американский бокс-оффис» – Аватар сошел с вершины»), так и из области высокого искусства («Большой театр в уменьшенных масштабах», «Как спасти угасающие блики балета?»). Вообще, говоря об этом издании, следует особенно отметить то, как совмещает его тематическая часть новости из области массового искусства, иногда даже с элементами желтой прессы, так и новости элитарного искусства. То есть, возможно, газета и не отслеживает всех новостей из мира культуры, но во всяком случае и не становится на сторону того или иного факта, придерживаясь только элитарных событий или наоборот.



«Двадцать строк о культуре» еженедельно размещает на своих страницах и издание «Газета.ru». Еженедельно издание в колонке «Двадцать строк о культуре» помещает не менее двадцати публикаций о культуре и искусстве. Материалы разнообразны по тематике и жанрам, объектам описания. Газета информирует как о зарубежной культуре («В Англии происходит легкое брожение в околмузыкальных кругах», «Обнаружена неизвестная фотография Джона Леннона», «Спустя 40 лет была обнаружена фотография музыканта, на которой...», «Тарантино обвинен в плагиате»), так и публикует новости из области российской культуры («В прокат выходит отечественный анимационный фильм «Звездные собаки: Белка и Стрелка»», «Не стало легендарного режиссера В.Мотыля»). Помимо этой колонки, где размещаются материалы об элитарном искусстве, выдерживается соответствующий стиль в написании материалов, в «Газете» есть подрубрика «Культур-мультиур», в которой публикуются материалы обо всех остальных событиях культуры. Авторы этой подрубрики признаются, что помещают в ней все материалы, которые способны стать «услугой и слуху и зрению». Этой подрубрике свойственен свободный стиль написания, встречаются элементы «желтой» прессы. Это становится очевидным уже при прочтении заголовков: «Токио перехотел», «Назад в будущее с блэк-джеком и шляхами», «Зачем модерн-балету порнозвезда», «Кто прикончит Квентина Тарантино?». Красноречивы и провокационные фотографии, откровенные комментарии участников материала. То есть здесь прослеживается откровенная позиция издания: информация, как способ увеличения прибыли. Культуроформирующая функция вытеснена экономической. Однако издание разграничило для своего читателя искусство массовое, элитарное, контркультуру, субкультуру, не смешивая одно с другим на своих полосах, давая каждому право пребывания на ней, а читателю право выбора.

Обращает на себя внимание и еще одна особенность российских СМИ. Газеты периодически публикуют на своих страницах несколько материалов, посвященных одному и тому же событию. К примеру, один из материалов

может быть работой корреспондентов самой редакции, авторский, остальные два - перепечаткой со ссылкой на другие издания. Позиции авторов материалов всегда противоположны, либо дополняют друг друга. На наш взгляд, такая информационная политика издания имеет свои положительные стороны, потому что читателя знакомят не только с собственной, не всегда объективной позицией, а предоставляют максимально расширенный спектр информации, давая возможность узнавать различные взгляды на ту или иную ситуацию.

Подобная позиция могла бы оказаться полезной и для нашей арт-критики и художественной журналистики.

При всем перечисленном нельзя не отметить, что, журналисты и критики, как России, так и Таджикистана не вполне компетентны в вопросах освещения культуры и искусства, и потому что ощущают нехватку знаний, и потому что излишне пассивны, и потому что работают в рамках информационной политики издания. Это обнажили и результаты мониторинга, и данные опроса, проведенного среди редакторов и корреспондентов отечественных СМИ специально для диссертационного исследования.

Следующим фактором, благодаря которому складывается научная картина информационной политики в области культуры и искусства является жанровый спектр публикаций. Мир культуры безбрежен, и описать события культуры в каком-то одном журналистском жанре невозможно.

При всем многообразии существующих форм в отечественной прессе обнаруживаются лишь: информационные заметки, интервью, репортажи, изредка очерки и аналитические статьи.

В количественном отношении преобладают информационные заметки. Происходит это, вероятно, в силу простоты формы и изложения материала. Достаточно перечислить события, назвать участников и место проведения. Кроме того, заметка имеет небольшой объем, поэтому ее легко разместить,

сохраняя приоритет материалов, посвященных экономике, политике, светским новостям.

При этом большая часть подобных материалов относится к виду событийных заметок, чьим основным содержанием является фактологическое описание уже прошедших или происходящих событий. Это может быть, к примеру, подведение итогов конкурса, описание фестивалей, концертов, музейных экспозиций, новых книг.

К этому жанру обращаются зачастую корреспонденты информационных агентств, поскольку концепция их функционирования предполагает, что ядро всех текстов, размещенных на сайте – есть новость. Поэтому принципиальная задача любого информационного агентства дать максимальное количество информации о культурной жизни страны, из которого читатель выберет для себя то, что его интересует в данный момент.

Однако обращение с этим жанром в двух информационных агентствах «Азия плюс» и НИАТ «Ховар» различно.

НИАТ «Ховар» допускает некое отступление от стандартов в использовании этого жанра для корреспондентов, пишущих о культуре. Редакторский состав допускает, что иногда традиционная пирамида «ЧТО? ГДЕ? КОГДА?» может быть и перестроена. К тому же, сухой язык информационного жанра в заметках о культуре этого агентства сменился образным, метафоричным, высокохудожественным, с использованием терминологической базы из сферы театра, художественного искусства, кино.

«Мы намеренно не ставим корреспондентов, пишущих о культуре в жесткие рамки жанра. Да, они сообщают в материалах информацию согласно принципам нашего вещания, то есть информационным. Однако мы допускаем, некоторые отступления от жанра заметки. Если говорить о заметке, то именно в этом жанре мы можем позволить корреспонденту отступить от норм. Ведь, как можно интересно написать о спектакле, готовящемся или прошедшем, следуя строгим «ЧТО? ГДЕ? КОГДА?». И только им? Тогда информация о спектакле будет сухой и безынтесной. К

тому же таким образом журналисту едва ли удастся передать особенности самой постановки», - комментирует один из редакторов агентства Тимур Бандишоев.

Рассмотрим, к примеру, заметку НИАТ «Ховар» о вернисаже художника Сайфидинна Шералиева. Лид соответствует требованиям жанра заметки. Изложив суть факта, корреспондент расширяет материал, посвящая читателя в живописную манеру художника, в философию его картин, в особенности подачи своего видения изображаемых художником явлений. Кроме того, после дается короткая справка о регалиях героя заметки. Есть и комментарий самого художника о готовящемся мероприятии и о самом себе. Наблюдается некий синтез заметки и комментария.

Информационное агентство «Азия плюс» преподносит эту же информацию по следующему принципу. Журналист сообщает о том, где и когда будет происходить, кто выступает организатором выставки. Приводится небольшая справка об авторе.

Очевидно, что первая заметка значительно интереснее. Читатель немного посвящен в особенности мастерства художника, заинтригован. К тому же, комментарий самого художника выступает неким предварительным знакомством с ним читателя, делает их ближе друг к другу. Что же касается второй заметки, то она, несмотря на профессионализм и строгость следования канонам жанра относится к выставке, как к обыденному мероприятию.

Вообще, если сравнивать деятельность этих двух агентств в сфере освещения культуры, то следует обратить особое внимание еще и на то, что в информационном агентстве «Азия плюс» тема культуры освещается лишь в рубрике «Человек», а в НИАТ «Ховар» есть отдельная колонка «Культура». Автор этой колонки выступает в качестве участника события, чья точка зрения соответственно и является предметом исследования. Он введен как лицо размышляющее, определяющее актуальность того или иного события из мира культуры и искусства. В данной колонке присутствует

отклик на происходящее. Очень часто взгляд автора в колонке не совпадает с общепринятой точкой зрения, он предлагает новое представление о ситуации, персональную точку зрения. Показательны в этом отношении материалы об открытии недели «Франкофонии», проходившей в столице. Материалы авторов колонки о концерте, циклах фильмов, показанных в течение шести дней, не всегда были положительными отзывами или беспристрастными отчетами. Так, в репортаже о концерте мировой музыки «Фолк фалак» автор пытается разобраться в том, почему выступление музыкантов было в некотором смысле провальным, и не принято публикой.

Колонка – это всегда прямой диалог с аудиторией, некий контакт с читателем. В колонке НИАТ «Ховар» материалы и новостной блок обновляются каждый день, не менее трех раз, в подрубрике «Азии плюс» лишь через день и редко каждый день.

Такой подход к подаче материалов о культуре этих двух агентств свидетельствует о том, насколько сами журналисты заинтересованы в продвижении культуры в массы. И следствием этого становится формирование у читателя мнений и представлений о течении культурной жизни в стране.

Стоит обратить внимание еще и на то, что в колонке НИАТ «Ховар» работают постоянные корреспонденты, занимающиеся освещением культуры. А в «Азии плюс» авторы материалов всегда разные. Полагаем, что когда человек постоянно специализируется на освещении течения жизни культуры в стране, он гораздо информированнее и компетентнее может подать информацию, поскольку в культуре ориентируется значительно лучше.

Следующим по частоте употребления жанром является интервью. Обычно это беседы с деятелями культуры, в которых они рассказывают о своей судьбе, работе, делятся планами на будущее. Публикации в жанре интервью, пожалуй, самые привлекательные для читателя из всех способов предоставления материалов о культуре. На них непременно отводят по целой

газетной полосе, сопровождают иллюстрирующими материалами, фотографиями, портретами.

В НИАТ «Ховар» публикуются интервью не только с отечественными звездами, но и с теми, кто приезжает в Таджикистан на гастроли. Рассмотрим интервью корреспондента НИАТ «Ховар» с актерской труппой и режиссером московского экспериментального театра «Бабы» «Бабы: мы знаем обо всех секретах любви», в котором журналист говорит с артистками об особенностях их театральной политики, провокационном названии, и том, как публика воспринимает театр, в котором нет ни одного мужчины. Еженедельник «Азия плюс» публикует интервью на темы искусства почти каждую неделю. Подобная тенденция наметилась еще в 2002 году. Отметим, что издание использует различные виды интервью. Это может быть как интервью-портрет - «Леди J – литовская красавица таджикского шоу-бизнеса [162], раскрывающее героиню как исполнительницу, так и беседа – «Наша интеллигенция потерялась» [125], в котором эксперт обсуждает с директором Русского драматического театра проблемы существования и развития русского театра в Таджикистане, активность публики, актуальность репертуара.

Интервью можно назвать коронным жанром для российских СМИ. Говорить об их систематичности будет не уместным, поскольку иногда издания в одном номере публикуют сразу по три-четыре интервью с культурными деятелями, не считая прочих материалов о культуре и искусстве, помещенных в этом же номере. Но помимо публикации интервью с отечественными представителями культуры и искусства издания публикуют интервью со звездами зарубежного искусства. Правда, здесь уже отмечается некая избирательность редакторов и корреспондентов. Если в отношении отечественных представителей культуры не делается жестких разграничений на модных и немодных, на национальную культуру и светскую, то в отношении зарубежных героев интервью ведется отбор. Публикуются материалы только с популярными исполнителями, актерами,

режиссерами, или героями светской хроники («Леонардо Дикаприо: «Остров проклятых» стал моей последней киноработой», «Кэтрин Биггелу: «Я не просто первая женщина-режиссер, получившая Оскар, я первый режиссер-документалист, удостоенный этой премии», «Lady Gaga - «Грэмми» - не предел моих возможностей»).

Значительно реже журналисты используют жанр рецензии. Публицистический смысл рецензии состоит в том, чтобы оперативно откликнуться на появление конкретного произведения искусства и создать образ рецензируемого произведения, объяснить читателю, как связаны между собой эстетически оформленный мир, фантазия творца и виртуальный мир искусства.

Рецензия отвечает на вопрос – про что все это? При этом дает свою интерпретацию вещи, ее трактовку, предлагает прочтение или просмотр.

Разновидности художественной рецензии многочисленны. Они соответствуют всем основным видам искусства (кинорецензия, рецензия на спектакль, литературная рецензия, музыкальная и так далее) [78,40].

Однако при всем многообразии форм рецензии на страницах отечественных печатных и электронных изданий встречаются крайне редко. По подсчетам, на пять вышедших спектаклей за 2009 год пришлось три рецензии в трех разных изданиях, на двенадцать открывшихся фотовыставок и выставок картин в 2012 лишь семь рецензий, о выходе в прокат четырех игровых картин отечественных режиссеров ни одной рецензии.

Социологи традиционно отмечают невысокий (3-4%) рейтинг материалов в виде рецензий у аудитории СМИ. Но из этого вовсе не следует, что рецензия – жанр элитарный, рассчитанный, прежде всего, на специально подготовленную часть населения.

Еще один жанр, который обращает на себя внимание – очерк. Авторы публикаций используют: юбилейный, портретный и исторический виды очерка. Частота их появления на страницах печати имеет событийный характер. «Народная газета» публикует цикл очерков, переходящий из

номера в номер, об истории развития, зарождении и становлении таджикского кино. Серия этих очерков посвящена восьмидесятилетию таджикского кино. На протяжении четырех номеров вниманию читателя были представлены материалы «Из одиночества с любовью» Садулло Рахимова [155], Татьяна Эльбаум, «Таджикское кино на перепутье». Особенность этих очерков в том, что они содержат не только пересказ и осмысление истории кинематографа, но в них делается попытка осмысления классического кино в контексте современных тенденций и особенностей развития киноиндустрии, кинорынка. Подобная манера подачи материала приближает читателя тем, что связывает его со временем, в котором он живет, описывает условия, с которыми он знаком, актуализирует для него исторический факт.

На страницах еженедельника «Азия плюс» можно встретить юбилейный очерк «Оперу «Омар Хайам» ставили в Европе» [130], посвященный юбилейным концертам композитора Фируза Бахори. Весьма компетентно выглядит очерк «Памятник триумфа таджикской культуры», посвященный истории создания Государственного Академического театра Оперы и Балета имени С. Айни. Однако общий анализ прессы показывает, что жанр очерка на страницах периодической печати практически исчезает.

В отношении российских СМИ, говоря о жанре очерка, можно заключить, что он используется авторами по случаю кончины деятелей культуры и искусства («Дни.ru» - «В северной столице скончалась поэтесса и прозаик Елена Шварц», «Газета.ru» - «Вечная память автору «Белого солнца пустыни»). Этот жанр для прессы России совсем не популярен.

Говоря о формировании образа искусства у читателя, стоит отметить манипулятивные возможности СМИ на сознание аудитории.

Сегодня ни для кого уже не секрет, что масс-медиа – одно из самых универсальных и эффективных средств манипуляции сознанием человека. Технологии распространения СМИ сегодня настолько развиты, что современное общество не может уклониться от их воздействия.



Отфильтровывая и выделяя определенные факты из общей массы явлений в области искусства, масс-медиа «раскручивают» их до нужной концентрации, и именно им придается некая ценность, созданная либо в угоду заказчику или собственнику газет, либо в угоду моде или личным позициям. То, что не попало в каналы массовой коммуникации, почти не оказывает влияния на развитие общества. Событие становится глобальным, только после того, как о нем напишут или расскажут в СМИ.

Главная функция СМИ в гражданском обществе сегодня, - пишет исследователь информатизации общества А.Моль, - состоит в превращении граждан в огромную, но не собранную в одном месте толпу - через массовую культуру и единый поток информации, которые отливают умы в единообразные, стандартные формы и обеспечивают каждой человеческой единице соответствие заданной модели» [49-78-90].

Считаем, что такую форму подачи информации для аудитории нельзя ставить в вину исключительно СМИ. Люди сами чаще не склонны анализировать полученные ими сведения, ведь гораздо проще принимать их без вопросов. И масс-медиа, подстроившись под такую тенденцию развития человечества и полностью перевернув представления о своих истинных функциях и предназначении, работают по принципу «пипл хавает», о котором впервые заговорил Богдан Титомир.

В прессе Таджикистана тоже можно наблюдать примеры манипуляционного взаимодействия СМИ и искусства. Причем такое сотрудничество двух бесспорных феноменов современного общества достигнуто отнюдь не путем предварительных договоренностей. И в данном случае СМИ не всегда выступают зеркалом искусства, столь необходимым для него. В этих условиях срабатывает стремление каждой из сфер реализовать свое право на свободу слова и самовыражения.

Безусловно, каждый при этом преследует свои интересы. Для СМИ – это сенсационность, привлечение внимания к себе, критика, которую принято непременно обрушивать на кого-либо; у искусства – свои, по

крайней мере, в Таджикистане: заявив громкую или актуальную тему, оно привлекает к себе внимание аудитории, которая несколько охладела в последнее время к его достижениям и развитию. В Таджикистане примером подобного сотрудничества может послужить история режиссера Барзу Абдуразакова.

В 2009 году режиссер на подмостках драматического театра имени В. Маяковского ставит спектакль по мотивам пьесы Петера Вайса «Преследование и убийство Жана-Поля Марата, представленное артистической труппой психиатрической лечебницы в Шарантоне под руководством господина де Сада», в которой автор раскрывает психологию простого человека, доведенного до крайности существующим режимом и царящими беспорядками. Сам режиссер в одном из своих интервью открыто заявил: «Этот спектакль станет пощечиной». Естественно, что к революции никто с подмостков не призывал, да и стоило ли, ведь в театр ходят отнюдь не те, кто мог бы стать у руля противостояний. Спектакль, по мнению режиссера, призывал задуматься, пересмотреть свое отношение к тому, что происходит, взглянуть глубже личных интересов, задуматься о будущем страны, о чем он и рассказал в своем интервью «Или ты – личность, или ты – вечный раб» [121]. После премьеры постановку приостановили.

Медиа-холдинг «Азия-плюс» активно вел работу по освещению вопроса о закрытии спектакля «Безумие. Год 93-й». Примечательно, что анонса или заметки о готовящейся постановке в изданиях холдинга не было, как не было и репортажа или рецензии после того, как она прошла. Но, когда стало известно, что спектакль сняли с репертуара театра, о нем заговорили не только журналисты из «Азия плюс».

Интересно, была бы постановка столь же популярна и освещалась бы столь активно СМИ, не случись приостановки спектакля? Писали вроде о событии из мира искусства, а главными героями опять были чиновники; информация была скорее политизирована, чем направлена на просвещение аудитории.

Следует отметить, что этот пример не единственный. Часто материалы об искусстве, публикуемые «Азией плюс», носят социальный или политический окрас. К примеру, в заметке «Музы таджикских художников говорят даже под пушечный грохот» (№8, (109), 21.02. 2002) о выставке и художественной концепции представленных работ говорится лишь в лиде, продолжение же материала связано с политическими противостояниями периода гражданской войны и их последствиях.

Даже, когда еженедельник публикует перепечатку из зарубежных СМИ об актуальных событиях мирового искусства тоже не обходится без политической или социальной проблемы, стоящей во главе материала. «Как художник художнику» (№42, (404), 18.10. 2007) – интервью о на шумевшей выставке «Соц-арт. Политическое искусство в России», большую часть экспозиций которой отказались вывозить на показ в Париж. Приводится два интервью оппонентов, пытающихся решить конфликт между Министерством культуры России и правительством.

Это свидетельствует о том, что за сферами политики и экономики, социальной жизни и новостями о безопасности для СМИ исчезает такой важный пласт, как искусство. А значит и для аудитории этот пласт тоже фактически не существует.

Пример со спектаклем Барзу Абдуразакова равно как и любой другой случай манипуляций, можно рассматривать и в ином ракурсе. Если при знакомстве с предметами культуры и искусства руководствоваться богатой фантазией, то любой, пусть даже самый невинный спектакль, может быть истолкован неверно. «Ромео и Джульетту» обвинят в пропаганде распутства, «Три поросенка» – в безответственном отношении родителей к детям, а о судьбе «Евгения Онегина» на подмостках можно только догадываться.

В случае со спектаклем «Безумие. Год 93-й» домыслы чиновников привели к формальному проявлению цензуры. Люди и дальше продолжали получать информацию об этой постановке, но теперь уже говорилось не столько о ее художественной ценности, сколько о несовпадении взглядов

режиссера и идеологов. Спектаклю и режиссеру – заслуженные овации и пиар, а чиновники ненароком сами дали СМИ повод для создания очередного предмета манипуляций и лишний раз расписались в подтверждении того, что цензура все же существует. Видимо, для этого случая вполне справедливы слова Томаса Джефферсона: «Между цензурой и культурой существует обратная связь. – Без цензуры многие писатели и режиссеры вообще ничего путного создать не могут». Что уж говорить о СМИ. – Отмена цензуры «подтачивает зубы слову», установление цензуры – признак уважения к слову, признание его силы [33].

Описанный выше случай – пример взаимовыгодного сотрудничества СМИ и искусства. Однако не всегда сотрудничество сказывается благотворно на обеих сторонах. Профессиональное освещение событий искусства в отечественных СМИ – большая редкость. Зато почти десять лет среди излюбленных тем журналистов в этом направлении были: низкий уровень подготовки профессиональных кадров, плохое финансирование служителей «прекрасного», отсутствие фестивальной жизни. Безусловно, поднимая такие проблемы, СМИ оказывали услугу искусству, заявляя о его проблемах. Но задумывались ли над тем, что, пока расследовали причины трудностей, у аудитории создавалось ощущение, что культуры и искусства в Таджикистане нет, что уровень развития в этом направлении идет на спад, и как следствие, у аудитории пропадал интерес к этой сфере. Способ ли это манипуляции сознанием или оплошность? Может, пока журналисты были адвокатами искусства, они забыли, о том, что нужно при этом оставаться еще и гидами в мир «высокого» и «массового».

Но обнаруживают себя и недостатки в работе самих деятелей искусства. Конечно, донести свои проблемы по каналам масс-медиа – весьма эффективно. Равно как не менее эффективным было бы заявлять о достижениях искусства, сотрудничая не только по части «громко о наболевшем», но и «громко о талантливом». Отсутствие контроля и сотрудничества двух сфер и приводит к появлению стереотипов: в

Таджикистане – «искусства нет, оно не развивается, оно не современное», на Западе и в Европе – фальсификация истории, популяризация китча и мид-культуры.

В области манипуляций сознанием эффективна не только деятельность СМИ. У искусства есть не менее феноменальные средства заявить о себе так, чтобы в дальнейшем не прибегать к услугам масс-медиа с целью анонсирования или продвижения и решения своих проблем.

Решить эту проблему попытались в художественной и медийной среде России.

Российский ученый А.И. Арнольдов в своем исследовании «Культурная политика: реалии и тенденции» анализируя манеру подачи информации о современном искусстве в общественно-политической периодике заключил, что «в результате неграмотной и однобокой позиции самих журналистов, российский обыватель, чьи представления об «авангарде» прежде, в лучшем случае, ограничивались просмотром репродукций Пикассо и Дали, навсегда усвоил, что современное искусство – это такая разновидность хулиганства: молодые, «не научившиеся рисовать» шалопаи бегают голышом, дерутся, матерятся. Тогда же в русском языке появился чудовищный штамп «КУЛИКБРЕНЕРОСМОЛОВСКИЙ» – своеобразная символическая «страшилка», составленная из фамилий самых скандальных представителей актуального искусства [3].

Сами радикальные художники были таким положением вещей вполне довольны. Избрав скандал в качестве основной художественной стратегии, в лице СМИ они нашли верных союзников и помощников, готовых поведать о них колоссальной аудитории; сама логика СМИ была ими усвоена и взята на вооружение, многие художественные акции специально планировались таким образом, чтобы привлечь внимание журналистов. У каждого всерьез озабоченного своей карьерой художника (о галереях и других художественных институциях уже и не говорю) появились колоссальные телефонные списки, целые базы данных, в которые были занесены отнюдь не

только координаты ведущих критиков, в списки включали даже самых бесталанных и безграмотных репортеров – одним словом, всех, кто хоть раз озадачился написанием материала об искусстве. Приглашение прессы на выставки и акции стало фундаментальной, возможно, важнейшей частью подготовки к любому художественному событию» [3].

Искусство нельзя воспринимать как данность, всегда нужно задавать вопрос о смысле его существования и присутствия в нашей жизни. И пропагандировать само искусство, а не использовать искусство для пропаганды.

Проведенный мониторинг позволит так же судить и том, что сегодня при выборе тем для материалов журналисты зачастую руководствуются не столько художественной ценностью, сколько влиянием на прибыльность и эффективность. Анализ показал, что экономическая функция СМИ довлеет над культууроформирующей. По мнению В.Л.Богданова, в журналистской профессии сегодня заметны «талантливые и яркие люди, которые считают, что долг журналиста не в том, чтобы информировать общество, и уж тем более не в том, чтобы пропагандировать, агитировать, воспитывать, а в том, чтобы общество развлекать, освобождать от проблем. Не обязательно писать правду, говорят они, главное, чтобы вышла газета, которую вы прочтете, и будете покупать и впредь в поисках подобной информации» [92].

Подобной информацией отличаются колонки светской хроники и желтой прессы, посвященные околосулисными сплетнями. Говоря о наличии подобных тем в СМИ, нельзя обойти культуру. Кто как не деятели искусства чаще всего попадают в объективы желтой прессы, значатся в списках скандалистов?

В отечественной прессе долго обсуждалась история с певицей Фарзонаи Хуршед. Здесь наблюдалась реализация всего многообразия жанров: от интервью с заключенной певицей, до заметок из зала суда, где выносили приговор. Особенно активной была газета «Азия плюс» и

одноименное агентство. Все материалы были дополнены фотографиями, а анонсы значились на первых полосах издания и в главных темах номера.

В течение четырех номеров газета информировала читателя о ходе расследования, судебном слушании, потом о реакции родных певицы (кстати, тоже известных музыкантов). Такая ситуация отвечает критериями «под массовую культуру», хотя автора нельзя обвинить в недостоверности фактов.

Подобную ситуацию читатель российской прессы мог наблюдать с историей актера Владислава Галкина. Российские газеты растиражировали новость о его склонностях к пьянству и скандалам. «В смерти Галкина замечен алкоголь» [119] утверждает, что следствие рассматривает версию серьезного алкогольного отравления, приводя комментарии о том насколько качественным был алкоголь, который употреблял актер накануне смерти. Издание словно забыло о нем, как об актере. Пресса позволила себе перейти границу в своей жажде горячей информации настолько, что родные и близкие актера, отчасти винили в его смерти СМИ.

Подобные публикации позволяют судить о том, что в данном случае искусство является лишь информационным поводом для написания материалов, смысловая нагрузка которых заключается в сенсационности и броскости объекта искусства, а не в его художественной ценности. Очевидным представляется тот факт, что такие материалы и издания, их публикующие будут пользоваться большим спросом у аудитории, что неизменно приведет к увеличению тиража и финансового роста издания. В связи с этим справедливым выглядит убеждение американского исследователя Д.Смайта, считавшего, что товаром СМИ выступает аудитория. Содержание СМИ в связи с этим становится способом привлечь аудиторию, следовательно работа по созданию аудитории есть главный продукт СМИ.

Итак, наметились основные тенденции в освещении вопросов культуры и искусства на страницах общественно-политических печатных СМИ.

Можно отметить, что жанровое многообразие не используется в полном объеме. На данный момент сформировалась тенденция писать о событиях художественной жизни, как о «просто событиях», то есть не рецензии, а своего рода «репортажи». Материалы не всегда компетентны, очевидна пунктирность и непоследовательность публикаций о культуре и искусстве, или контраст подачи подобной информации в одном и том же издании между профессиональной критикой и околокультурной светской хроникой, события из мира искусства зачастую используются в качестве информационных поводов для написания материалов о политике, социальных проблемах. Это свидетельствует о том, что тема культуры и искусства на сегодняшний день, во-первых, малоизученна, во-вторых, в вопросах ее освещения были и остаются стереотипы, в-третьих обнаруживает себя и пассивность самих представителей СМИ в вопросах освещения культуры. И, что самое главное – формирование не всегда положительного образа культуры и искусства у читателя, или отсутствие этого образа как такового. Влияние на это оказала экономическая составляющая, ориентирующая издания на увеличение прибыли и тиража. Анализ показал, что экономическая функция СМИ довлеет над культуроформирующей. Рыночная стоимость заменила художественную ценность как произведений искусства, так и профессиональных публикаций о них. Основные ориентиры при написании материалов о культуре и искусстве сегодня – элементарность, броскость, подчеркнутая сенсационность, социально-политическая злободневность, и отсутствие формальной новизны, сложности замыслов, четко выверенной позиции самого автора или издания по данному вопросу, явная диспропорция между числом происходящих событий в этой сфере и их освещением в СМИ.



## §2.2. Искусство и культура на страницах специализированных изданий

При наличии таких очевидных минусов в работе по освещению культуры и искусства в общественно-политических изданиях, необходим поиск альтернатив. Обратимся к специализированным изданиям, которые в идеале являются независимой площадкой, способствующей выражению критических суждений, и, предоставляющей максимальный обзор событий искусства для читателя.

В ходе исследования сегмента специализированных изданий будет предпринята попытка толкования культууроформирующих функций на примерах публикаций этих изданий. Необходимо определить их роль и место в медийной среде. А так же установить, чем в специализированных изданиях представляется критика - посредником между художником и публикой, или формой обслуживания самих представителей искусства, а может все же это независимая критическая деятельность, которая выстраивает свою систему приоритетов, противостоящую коммерческому, глянцевому пониманию искусства?

Вписываются ли все эти категории в информационную политику отечественных СМИ? И какая из них наиболее эффективна сегодня?

Анализ публикаций на темы художественной культуры в специализированных изданиях говорит о том, что их разнообразие охватывает широкий спектр событий культурной жизни как местной, так и международной. И в этой связи вполне логично считать специализированным издание с наибольшим тематическим богатством содержания. Для подобных изданий характерна широкая рубрикация, захватывающая практически все стороны искусства, в то время как для общественно-политических – наличие рубрик, имеющих отношение лишь к отдельным сторонам процессов искусства и, следовательно, не способных отразить все многообразие культуры. Недостаточность публикаций на темы культуры и искусства

издания компенсируют наличием светских новостей, эпатажностью, излишней склонностью к сенсационности и крикливостью публикаций.

В специализированных изданиях, в отличие от общественно-политических, дается глубокий анализ художественных процессов страны и мира. Репутацию такой прессы поддерживают авторы. В колумнисты и критики сюда привлекаются, как специалисты из числа самих деятелей искусства или профессиональных критиков, так и «модные критики», задающие стиль и правила.

Критерии публикаций подобных изданий основаны на диагностическом описании и анализе всех значимых направлений и событий искусства. А аналитика и интерпретация выступают в данной связи в качестве теорий самих художественных процессов.

Почти все исследователи в своих работах указывают на два характерных для специализированной прессы параметра: специализация по проблемно-тематической направленности и ориентация на определенную потенциальную аудиторию [94].

Как следствие – малотиражность и существование самого издания, как неотъемлемого компонента специфической деятельности; материалы рассчитаны не столько на общую компетенцию публики, сколько на высоких профессионалов; узкий круг аудитории.

Делая различия между спецификой изданий, в этом параграфе уместно будет говорить о художественной критике. Однако в анализируемые издания включены и те, что располагают и арт-критическими материалами, пусть и не в абсолютном соответствии заданным параметрам арт-критического письма. Кроме того, отмечаются и публикации сугубо информационного содержания. Случается и так, что одно издание совмещает в себе все три эти параметра.

Зона микросреды, которая обычно обозначается границами индивидуального производства предметов искусства и их распространения по источникам, производящим свой критический анализ, интерпретацию и отбор, крайне аморфна. В результате, художественные процессы, которые

требуют специальной проработки, специальных навыков, знания истории искусства и квалифицированного знакомства с новейшими тенденциями, сразу же втягиваются в новостной обмен макросреды, для которой свойственно приобщение к системе массовых коммуникаций, к системе широких международных выставок, к музейным экспозициям, к репродуцированию в широкой прессе, к включению в образовательные программы, к устойчивому присутствию в новостном обмене [7].

И все же: различие между арт-журналистикой, зависимой от редакционной политики, занимаемого положения и используемых масс-медийных средств, с их критериями рейтинга, злободневности (актуальности), сенсационности, и работой арт-критика над специализированными текстами вовсе не предполагает непреодолимой стены. Напротив, оно допускает встречное движение к расширению проблемного поля и большей проясненности аргументации [7].

Подобные сходства наиболее очевидны в изданиях Таджикистана и на примерах авторов этих изданий, выбравших для себя определенные ипостаси арт-критиков.

Принято считать, что арт-критик – последний признак развитой цивилизации. Она начинается с домов, продолжается освещением улиц, потом идут автозаправки, супермаркеты, затем театры и музеи. Ну и в самом конце образуется арт-критик. Такого мнения придерживается и обозреватель журнала «New Yorker» Питер Шельдаль.

Если абстрагироваться от индустриально-промышленной цепочки из этого высказывания, то иначе это определение специальности арт-критика выглядит так: в системе современного искусства критика играет роль столь же значительную, что и все остальные составляющие системы – произведение, куратор, выставка, рынок, цена, ценность. «Без любого из этих элементов самоорганизация социальной системы современного арт-мира принимает искаженные, уродливые формы. В отличие от арт-журналистики, «факультативной» арт-критики в системе искусства не бывает», - считает

Роберта Смит, первый журналист, сформулировавший кодекс арт-критиков [61].

Но это в идеале, в западном и европейском мире искусства, ушедшем далеко вперед от среднеазиатского, в котором все еще нет арт-рынка как такового. Искусство – не способ заработка, а способ самореализации (если смотреть на эту ситуацию оптимистично) и сохранения образцов искусства и культуры для поддержания духовного воспитания аудитории (если быть реалистичными). Безусловно, у такой системы есть и очевидные минусы, в плане того, что все это может тормозить выход искусства на международную арену, да и развиваться внутри страны искусство тоже будет слабо, новые люди в него будут приходить крайне редко ввиду его неприбыльности и непрестижности и, как следствие, будет теряться возможность появления все более новых и эксклюзивных образцов искусства. Однако все эти недостатки компенсирует один достаточно веский плюс – в таких, казалось бы, застойных условиях развития наше искусство сохраняет свою самобытность, свой этнос.

Таким образом, национальный колорит в сочетании с современными веяниями искусства создает неповторимый и уникальный стиль, при наличии которого у нас продолжают снимать артхаус, ставить классические спектакли и, наряду с эстрадной и субкультурной музыкой, все еще продолжают получать престижные премии международных фестивалей в области шашмакома и фалака. Помимо деления искусства на массовое и элитарное, в Таджикистане есть третье, весомое направление – национальное искусство. В связи с этим термином тут же возникает вопрос – а насколько оно актуально сегодня и востребовано? Сегодня, когда все стремятся к авангарду и модерну? Ведь сегодня наблюдается отрицание языка старых мастеров и создание нового, более смелого, порой даже рискованного. Любое новое зарождающееся явление имеет больше творческого потенциала, чем у его последующих подражателей. Но не надо забывать, что искусство находится в постоянном развитии, в поиске новых форм и идей. На этот

момент сделан особый акцент в исследовании, поскольку крайне важно оценить позиции самих журналистов по этому вопросу. Насколько рационально выстроена схема освещения процессов искусства современного и национального?

Из-за поверхностного отношения к предмету изображения и погони за временем искусство зачастую утрачивает свою идейность. Многие будут называть его актуальным, ведь оно «разоблачает», а что и как – уже не так важно. Как только художник перестает отстаивать свою творческую независимость, он сразу вливается в коммерческую струю, подчиняясь общественному вкусу, потребностям рынка и политическим установкам. Его творчество становится заказным, а искусство – неактуальным. Одно можно сказать точно – меняется стиль жизни, меняется и способ функционирования, и степень востребованности искусства арт-рынком [7]. Как считает Евгений Барабанов, чтобы коммуникация состоялась, необходима совместная работа музеев, галерей, театров, критиков, издателей. Нужно соблюдать баланс: с одной стороны, расширять арт-рынок, с другой – не потерять за этим рынком самой актуальности, значимости искусства и, самое главное, понимания – в чем она выражается.

Какой должна быть арт-критика при подобных условиях развития искусства? Даже без детального анализа, очевидно, что критика внутри системы искусства всегда выступает в качестве практической теории искусства, являясь основным механизмом конструирования образов, понятий и терминологического инструментария. Но это при условии, если арт-критик доказывает что-то обществу с помощью искусства. Своими публикациями он не только и не столько информирует аудиторию о событиях искусства, сколько ведет некую просветительскую работу, в которой объясняет процессы, происходящие в искусстве, рассуждает об их актуальности и необходимости, влиянии на воспитание у аудитории духовных и нравственных качеств, на формирование эстетических пристрастий. Иными словами – это идеолог, доносящий до публики смысл искусства, ценитель,

который разъясняет. В таджикских масс-медиа таких немного. То что можно лишь условно можно отнести к публикациям идеолого-просветительско-философского характера, принадлежит изданию культурного центра «Бактрия». По мере того как КЦ устраивает те или иные мероприятия в местных СМИ появляются статьи, обзоры, расширенные заметки, синопсисы о предстоящих мероприятиях. Доступ к подобной информации, СМИ получают сразу по трем каналам: первый – это рассылка пресс-релизов, о которой говорилось в первом параграфе исследования, второй – сайт КЦ и бюллетень «Окно», издававшийся сотрудниками «Бактрии», в котором авторы не просто публиковали отчеты о проводимых КЦ мероприятиях, но и на их примере создавали общую художественную картину страны. В равной мере освещались, как новые практики искусства, так и традиционные средства художественного выражения. И то и другое представляет важность. В них скрыты символические отношения между прошлым и настоящим.

Постоянно доказывают эффективность и необходимость этих отношений публикации бюллетеня о региональной культуре: репортажи о выставках ремесленников Таджикистана, зарисовки о музыкантах, использующих этнические мотивы в своих композициях, о художниках, нашедших вдохновение в забытой миниатюре. При этом у бюллетеня нет собкоров в регионах.

Проблему взаимодействия с региональной прессой решает и российский журнал «Культура», художественная практика которого сосредоточена на высоком искусстве. Редакторы не раз выступали в СМИ с результатами своей 12-летней деятельности, в ходе которой газета «Культура» пытается выстраивать тесные партнерские связи с региональными изданиями, которые работают в крупных российских культурных центрах. Оценивая то, насколько эффективно осуществляется продвижение высокого искусства в российских региональных СМИ, издатели констатируют, что практически первый вопрос, на который нужно искать ответ, это где это делать, где продвигать высокое искусство.

«Дело в том, что приблизительно с 1998 года в российских региональных печатных СМИ обозначена крайне печальная тенденция: сокращаются площади, которые отводятся для освещения культурных событий. Если ранее культурная жизнь региона освещалась в объеме газетной полосы хотя бы раз в неделю, то сейчас подобного рода информация не выдерживает конкуренции с простыми бытовыми новостями и событиями», - сообщают авторы и редакторы «Культуры».

Для авторов и редакторов важна тема национального искусства, его корней и традиций. Актуальными остаются проблемы его сохранения, его распространения. Поскольку отчасти именно с ним эксперты связывают возможность противостоять давлению западных образцов культуры и искусства, доминирующих в эпоху глобализации.

Продолжая разговор о бюллетене «Окно» отметим, что публикации издания знакомили читателей с происходящими художественными процессами в стране, сопровождаемыми соответствующим анализом, вероятно, не всегда бесспорным, но интересным собственным стилем изложения.

К примеру, рецензия на выставку Гайрата Усманова «Свет и тень» (Том 1, выпуск 7, 2007) – это попытка осмыслить позицию и роль художника в мире искусства Таджикистана со свойственным ему тяготением к традиционному, этническому и попытками найти свое место в мире современного искусства. Автор рецензии поддерживает практики современного искусства, стремясь восполнить недостаток понимания между художниками и общественностью и повысить осведомленность о роли современного художника как движущей силы прогресса. Он раскрывает разнообразие средств и тем, используемых Гайратом Усмановым, словно исследует с читателем рефлексии и последствия разрушения связей между прошлым и настоящим. Это и представляет особую важность в обществе, стремящемся определить свою национальную идентичность, так как

художники находят новые пути сообщать идеи, что заставляет образованное население реагировать на вызовы современных художественных процессов.

Нередко авторы бюллетеня выносят на обсуждение столь актуальную сегодня проблему разграничения между традиционными и современными формами искусства в Таджикистане. В частности, говорится о гранях непонимания и отрицания, когда художники и музыканты, делят себя на традиционных и модернистов, вызывая, таким образом, конфликт между двумя сферами. В материале «Традиции и современность» (Том 1, выпуск 10, 2007) к дискуссии приглашены музыканты, художники и режиссеры разных лагерей. Автор, приводя доводы каждого из них, резюмирует общее положение дел и его последствия для дальнейшего развития искусства Таджикистана.

При этом авторы, как сами признаются, держат нейтралитет, избегая некоего информационного насаждения определенных вкусов, поскольку это может угрожать аудитории консерватизмом, манипулированием ее сознанием.

Сам автор бюллетеня, а ныне координатор программ КЦ «ARTGround» Фарух Кузиев полагает: «Если раньше об искусстве можно было говорить как о просветительском, где эстетика уступала первенство познанию и воспитанию силами искусства, понимаемого как деятельность общественная, то сегодня наше искусство стремительно теряет объем: вне его пределов оказываются как массовое так и элитарное. За основу же приняты произведения актуально-политизированные. Как совершенно справедливо отметил Л.Гинзбург в 1930 году: «Культура ослабела наверху, потому что массы оттянули к себе ее соки». Для художников-просветителей оно является лишь средством, которое оправдывается «более широкой, внешней социально-уравнительной целью». А потому автор выступает здесь в роли мудрого, опытного и мужественного наставника-гражданина. Искусство нельзя воспринимать, как данность. Нужно задавать вопрос о смысле его существования. Сейчас творцы искусства практически лишены своей



аудитории, способной просто воспринять продукт их творчества, не говоря уже о его потенциальных потребителях. А налаживание связей с ними через СМИ способствует стимулированию творческой мысли. Делается ли это сегодня в наших СМИ, предпринимается ли попытка осмысления его и предназначенности? При той информационной иерархии, которая задает политику в наших СМИ, едва ли можно сомневаться в ответе на этот вопрос. Складывается ощущение, что у нас молчание прессы символизирует мнение о произведении искусства. Ситуация с арт-критикой – продолжение ситуации, которая сложилась сейчас в искусстве. Если в поле зрения лишь пара художников, можем ли мы говорить об искусстве?», - рассуждает эксперт [109].

Фарух Кузиев считает, что есть три варианта работы журналиста в этой сфере. Первый сводится к тому, чтобы оценивать искусство с позиции самого искусства, то есть здесь будет работать критик-искусствовед. Второй – исследовать искусство на наличие релевантности – его социальная, политическая, историческая предназначенность. Третий – отсутствие у авторов собственной позиции по данному вопросу и перепечатка материалов из других источников, в частности из пресс-релизов. Эксперт склонен оценивать работу наших СМИ по третьей категории. Его слова подтверждают результаты эксперимента, описанные в первом параграфе.

Если распределение категорий эксперта выстроено справедливо, то возникает ряд вопросов: А читает ли аудитория арт-критические материалы вообще? И если да, то кто эти читатели? Но главная задача – разобраться в том, куда должен быть направлен вектор критики? На читателя или на объект искусства? А может универсальнее, когда на обоих одновременно?

Совершенно четкая позиция в этом плане у журнала «Олами Хунар» («Мир искусств»). Как установлено в ходе анализа, журнал характеризует глубокий уровень аналитических исследований, он рассчитан на подготовленного читателя. Преобладающие жанры в этом журнале: аналитическая статья, научный комментарий. Издание стоит на позициях

осмысления явлений искусства с позиций теории и практики. Анализируя события искусства, авторы рассматривают их в контексте их научного осмысления. В качестве наглядного доказательства можно обратиться к статье «Актуальные проблемы драмы» [147], в которой рассматривается уровень развития театрального искусства и национальной драматургии. Анализируется пьеса, как основа будущего спектакля, то есть драматургия оценивается с практической точки зрения, в связи с развитием театра и перспектив режиссерских новаторств. Автор аргументировано отстаивает позицию о том, что главное при постановке спектакля – действенный анализ драматургии, как способ ощутить ее идейно-эстетическое своеобразие. Это, по его мнению, также будет содействовать всем представителям театральной среды и театральным критикам на практике ощутить верность основных положений системы Станиславского. Выстраивая ряд своих рассуждений, автор, ссылаясь на научные труды теоретиков театрального искусства, таких как К.Станиславский, М.Конбель, предпринимает попытку, сопоставляя их убеждения, вывести новаторское решение проблемы концепции драматургии в современных условиях развития театра. На лицо и историзм, и наличие идеала, понимаемого автором как объективно существующая или только предполагаемая цель описываемого явления культуры. Язык изложения соответствует стилистике и жанру публикации, - широко употребляются специфическая терминология, присущая театральному искусству.

Для этого журнала характерно постоянное обращение к истории, сопоставление культурных традиций, как это сделано в статье «Французская литература и русизмы» [114], в которой автор прослеживает лексическое взаимопроникновение, раскрывая литературные приемы и особенности русской и французской прозы.

Аналитические публикации в журнале призваны демонстрировать аудитории возможный результат определенной деятельности в сфере культуры, объяснять, насколько то или иное культурное явление приближает общество к достижению данного результата. К примеру, в статье «Баргузори

чашни Навруз ва расму ойнхои таркиби» (№7, 2008) рассматривается праздник Навруз, как культурная традиция, региональное своеобразие. Приводится весь спектр атрибутов праздника: музыкальные инструменты, образцы ремесленничества, национальный костюм. Обо всем этом автор говорит, как о культурной ценности страны, имеющей глубокую историю, обширно рассказанную в статье. На примере исторической ценности и истоков праздника в материале ошутима задача формирования у аудитории соответствующего отношения к этому празднику. И позиция эта во многом оспаривает навязанные масс-медиа и ставшие уже клише мифы об этом празднике и отношения к нему.

На схожих позициях с журналом «Олами хунар» стоит и редакция журнала «Фонус», специализирующегося на профессиональной манере подачи информации о культуре и искусстве, на попытках выступить теоретиком современных процессов искусства и исследователем истории искусства Таджикистана и мира. Сохраняя традиции издания, журнал регулярно публикует материалы, которые представляют профессиональный взгляд на классическое искусство и глубокий анализ новейших тенденций актуального искусства, политики в области культуры и искусства.

В журнале освещаются актуальные вопросы как современного искусства, так и вопросы художественного наследия, в первую очередь традиционного искусства: «Таджикская музыка: осмысляя жизненный опыт» (№4, 2002), «Операи точик: проблемахо ва дурномахо» [132], «Осорхонаи Бостонии Миллии Точикистон» (№8, 2009). Отметим, что традиционные виды искусства рассматриваются не только в локальном пространстве, но и в контексте значимости в мире. Так, в статье «Таджикские макамы в современной музыке мира» [171], рассказывая о фестивальной жизни исполнителей этого музыкального направления, мировом признании макома, осмысливается его актуальность для мировой сцены. По мнению автора, она возросла на фоне той вспышки, которая произошла в связи с глобализацией,

повлиявшей на появление новых образцов и течений в искусстве, которые не всегда соответствуют критериям.

Причем, характерна для этого издания публикация исследований не только ученых Таджикистана, искусствоведов, исполнителей и художников, но и представителей зарубежных культур: «Макомные инструментальные ансамбли: состав и звучание» [152], в котором обозначена принципиальная позиция автора относительно того, что искусство Таджикистана на мировой арене – это не просто экзотика, а именно такое убеждение активно тиражируется сегодня общественно-политическими изданиями, а особый, продолжающий развиваться и сегодня, пласт культуры с древнейшими традициями и глубокой философией. Автор делает акцент и на том, что традиционное искусство Таджикистана сохраняет свою актуальность для западной аудитории, набирая все большую популярность.

Однако журнал не отрицает и многих веяний глобализации. Редакция рассматривает мировой художественный процесс как единое целое. Особенно очевидна эта позиция в материалах «Запад и Восток»: проблемы сосуществования культур» [163] и «Центральная Азия и Европа: Диалог культур или совершенствование современной демократии» [170], в которых авторы исследуют интеграционные процессы, происходящие в культуре на фоне глобализации. Сделана попытка оценить влияние глобализации на западные и центрально-азиатские арт-рынки, в ходе которой установлено, что западная система ценностей оказывает сильнейшее влияние на развитие течений современного искусства, изменяет систему ценностей в сфере классического искусства.

Продолжает тему влияний глобализации и исследование «Музыкальное искусство Таджикистана за 10 лет независимости» [151], в котором автором подчеркивается уникальность отечественного музыкального искусства, являющегося принадлежностью нации. Сила таджикской музыки, заключающаяся в ее двойной опоре на мусульманское и европейское искусство, иссякла. Автор отмечает, что в области творчества композиторов

и исполнителей нарушилась коммуникативная связь триады «композитор-исполнитель-слушатель», отвергнутая новой социальной системой независимых государств. Все эти публикации, со свойственным им глубоким анализом проблем в области культуры и искусства, не предлагают конкретных путей их решения.

В журнал объединяются культурные пространства Центральной Азии, Востока и Европы: «Пространство и время в музыке Центральной Азии» [150] – это, пожалуй, один из тех многочисленных материалов, в котором отчетливо видна позиция редакции журнала, отстаивающая интересы межкультурного взаимодействия, как важнейшего фактора рефлексии и развития искусства, независимо от того современное оно или традиционное, массовое или элитарное. В качестве аргументов у журнала не только комментарии теоретиков искусства и журналистов, но и результаты организации экспедиций к культурным центрам зарубежья, таким как Турция или Франция, в ходе которых создаются «продукты» творческого сотрудничества авторов из разных стран. Насколько выгодна подобная практика экономически, по публикациям в журнале судить трудно, очевидна эстетическая и художественная продуктивность, оправдывающая убеждение о том, что искусство должно быть интегрировано, иначе нечего и говорить о его развитии.

Вместе с тем «Фонус» сохраняет приверженность традиционной тематике и таким проверенным ценностям как литература, живопись, графика, скульптура, дизайн, декоративно-прикладное искусство: «О тенденциях эволюции таджикской живописи» (№3, 2001), «Размышления об эстетике Бедиля» (№1, 2001). Но одновременно он заинтересован в продвижении практик актуального искусства: «Искусство, культура, технологии. А может совместим?» (№10, 2009).

В издании наряду с журналистскими материалами публикуются комментарии и исследования и самих деятелей искусства. Это – площадка

для выражения профессионального взгляда, как создателей искусства, так и аналитиков.

Актуальными для авторов остаются социальные и экономические проблемы развития искусства в Таджикистане. На протяжении нескольких номеров публикуются критические материалы о законодательной базе искусства и культуры, ее бюджетах и приоритетах. Авторы отстаивают позицию о том, что законодательная база в области искусства в Таджикистане несовершенна, и во многом именно из-за нее создаются ощутимые препятствия в существовании и развитии искусства в нашей стране. В аналитической статье «Законодательная основа развития культуры в Таджикистане» [131] для анализа существующей нормативно-правовой базы, автор обращается к Закону СССР «Об охране и использовании памятников истории и культуры». В ходе проведенных исследований обнаруживается ряд недостатков. К примеру, хотя закон и предусматривает защиту прав всех граждан на свободу творческой деятельности, он не обеспечивает льготных условий для организации культурных мероприятий в стране, а в качестве основных препятствий рассматривается налогообложение прибыли. Кроме того, выдвигается убеждение, что в законе не конкретизированы обязанности государства в вопросе приобщения и общедоступности всех граждан к культурным ценностям: выделение бюджета на финансирование библиотек, музеев, студий творчества. Автор считает необходимым включить в закон положение о создании специального фонда развития культуры и искусства при поддержке государственного бюджета.

Дополняет идеи этого материала статья «Реализация права на культуру в соответствии с законодательством Республики Таджикистан» [113]. Исследователь рассматривает формирование новых подходов, связанных с объединением усилий государства и общественных институтов, а так же развитие третьего сектора – НПО, совместной деятельностью с которыми строилась бы на основе общих социально-значимых задач – предоставлении

государственных льгот, расширение подходов в работе в области культуры и искусства. В качестве регулирующих параметров предлагается ратификация Международных актов по вопросам культуры.

При всей своей очевидной качественности, профессиональности, журнал не совсем объективен, поскольку факты и темы, выбираемые авторами для освещения не всегда доступны читателю. События, описываемые и анализируемые авторами, не всегда бывают общественными, а, скорее, закрытые мероприятия, или художественные произведения, малоизвестные широкой аудитории, или доступа к которым нет совсем. Впрочем, это, наверное, принцип действий всех специализированных изданий. Его элитарность в данном случае, скорее вредит журналу. Очевидно, что журнал не для массовой аудитории, а является своего рода ареной для высказываний, дебатов, полемик для интеллигенции. Исследователи считают, что сейчас, в эпоху массированного и агрессивного наступления тривиальной культуры и бульварной журналистики, интеллигенция пребывает в явной растерянности. Об этом варианте рассуждает и публицист Б.Дубин: «Все последние семь-восемь лет происходит сближение вкусов более подготовленной и менее подготовленной публики, общая массовизация культурного досуга. Надо развивать вкус. Но это еще не повод, чтобы пренебрегать уже сложившимися вкусами. Идти на поводу у масс - в этом иногда, честное слово, нет ничего предосудительного» [28, 70-81].

Противоположных взглядов придерживается та часть интеллигенции, которая считает, что поступаться принципами и идеалами это все равно, что начать путь к их отторжению: «Фактически нас лишили возможности методично и целенаправленно работать на ниве народного просвещения» [121]. Способ удержать бразды правления они видят в установлении цензуры – прежде всего нравственной, художественной, эстетической [16,123].

Исследователи полагают, что надежды на то, что поп-культура отживет, поскольку надоеет неоправданными. «Массовое искусство можно

ведь, наверное, понимать и так: это какое-никакое, а все-таки приобщение масс к художественной культуре. И СМИ не способны (даже если бы хотели) уклониться от участия в этом процессе, поскольку, по словам Е.П.Прохорова, «именно журналистика, благодаря широкому развитию системы каналов передачи информации, делает культуру доступной для самых широких кругов» [120].

Однако не повредят ли эти каналы распространения информации и не усугубят ли вкусу аудитории? Крайне важно, считают представители обоих лагерей, в этой связи, чтобы представители СМИ осознали собственную ответственность и активно противостояли художественной и эстетической невежественности.

Открыто заявляет свою приверженность к противостоянию невежественности и российский журнал «Артхроника».

Будучи международным периодическим изданием об искусстве, «Артхроника» отображает процессы развития арт-рынка в России и за рубежом, новости и события, жизнь музеев, галерей и наиболее интересных персонажей художественной сцены.

Сами издатели о себе говорят так: «Главный объект внимания «Артхроники» – это искусство, не подчиняющееся конъюнктуре – рыночной, политической или локальной конъюнктуре арт-сообщества. «Артхроника» отделяет зерна от плевел: это искусство, раз тут так написано».

Издание, по словам авторов, не ограничивается ориентацией на профессионалов, но в целом читательскую аудиторию представляет в виде современного истеблишмента – бизнесменов, дипломатов, финансистов, элиты и бомонда искусства, которые могут использовать журнал как путеводитель по арт-рынку или, в качестве зеркала, отображающего их собственную деятельность.

Чуть менее претензий на элитарность у журнала «Фарханг ва хунар». В выборе тем, изданием охватывается широкий и многообразный спектр. Форма, способы и стиль подачи тоже весьма разнообразны. Но наблюдается



и ряд недостатков: непрофессиональная для заявленной специализации журнала подача материала, непоследовательность, избирательность событий.

Отличает журнал от остальных использование жанра портретного очерка. Пишутся очерки, как о легендах, так и о современниках. Портретные очерки встречаются на страницах журнала «Фарханг ва хунар» в русскоязычном разделе, под рубрикой «Театр». Показателен очерк «Огненное сердце Малики Джурабековой» [134], раскрывающий героиню и как заслуженную артистку Таджикистана, и как искусствоведа, и как проректора Национальной Консерватории имени Талаба Сатторова. Особое внимание уделено работе Малики Джурабековой в качестве основательницы республиканского фестиваля профессиональных театров «Парасту».

Стоит отметить, что чаще всего жанр портретного очерка применяется при написании материалов о музыкантах, актерах, композиторах. Вот лишь некоторые из них: «В культурном пересечении вокального мира» (№5, 2007) – музыкальный путь оперного певца Рустама Дуллоева, как фактор, сформировавший его личность; «Встреча, которую мне никогда не забыть» (№2, 2007) – история Одины Хошима, с чьим именем связано музыкальное направление – фалак; «Гугуш – нити судьбы» (№7, 2009). Попадают в поле зрения редакции и художники. Очерк «Жил был художник один» [166], повествует об Асроре Аминджанове – создателе и теоретике монументального искусства в Таджикистане. Личностные качества раскрываются через профессиональные особенности и талант художника. Говоря об энергичности Асрор Аминджанова, сообщается, что он тратил невероятно много сил, чтоб найти в горах подходящий камень и целую карту, на которой были отмечены разные каменные породы. Автор напрямую связывает знаковые события в жизни героя с его творчеством, приводя в пример создание архитектурного ансамбля в Раштском районе, где он и подорвал свое здоровье, после чего стал работать только в мастерской.

Не менее повествователен очерк «Поиски и находки Азизы Азимовой» [137], в котором рассказана история исследовательницы, организовавшей в

1976 году первую научно-исследовательскую фольклорную экспедицию по изучению и сбору танцевального фольклора Куляба, в результате которой были выявлены и изучены танцы «Якабанд», «Свадебные обрядные танцы», пантомимные танцы.

Думается, что у серии очерков, публикуемых журналом, есть особое предназначение. Кроме создания портретов деятелей культуры и искусства Таджикистана, редакция формирует у читателя представление и о самом искусстве в целом, о той эпохе, которую представляет герой очерка. Сквозь призму их судеб и творческих путей, описана еще и история течений искусства, их концепция и предназначенность.

Немаловажно и качество подачи материалов журнала. Общее падение уровня подготовки журналистов часто негативным образом сказывается на интерпретации ими художественных событий. Темой одного из номеров стал Международный джазовый фестиваль, впервые проводившийся в Душанбе. Конечно, в этом случае стоило ожидать подробной рецензии о событии с анализом и оценкой джазовых течений, их актуальности, созвучии и интерпретации с восточными ритмами. Однако автор ограничился отчетом «Джазовый Фейерверк». Читателю предоставили краткую историю создания групп и названия песен, исполнявшихся на сцене Фестиваля.

Совершенно другой взгляд на музыкальный фестиваль и манеру подачи информации о нем демонстрирует материал «Фестиваль «Суруди сол»-2007» [160], в котором показана именно культурная ценность, предназначенность события. Главная идея рецензии – неповторимая манера звучания музыкальных композиций, вобравших в себя элементы жанров «Шашмакома», «Фалака» и эстрадного исполнительского искусства. Эстетическая ценность события послужила информационным поводом для обращения к актуальной теме – постановлению о запрете использования фонограмм. Эту же проблему поднимала на своих страницах и газета «Азия плюс». И если в ней главный упор был сделан на то, что подобный документ – это очередной конфликт между исполнителями и государством, и

расследование, которое провел корреспондент, послужило тому доказательством, то в материале этого журнала взвешиваются все «за» и «против», приводятся комментарии профессионалов, и факты, свидетельствующие о профессионализме исполнителей. Постановление вступило в силу в канун проведения фестиваля, и потому большая часть участников-исполнителей отказалась выступать в нем вживую. Пытаясь разобраться в проблеме, автор проводит параллели с российской эстрадой, где фонограмма обязательна, поскольку есть возможность достижения максимально естественной чистоты звучания и качественного многомерного звука. Взвешиваются минусы и плюсы фонограмм. К примеру, все манипуляции с голосом, производимые в недрах звукозаписывающих студий, где голос вытягивается по тональности, обрабатывается фильтрами, позволяют артисту, не обладающему выдающимися вокальными данными блистать на сцене. Происходит подмена ценностей и обман слушателя. При этом есть в фонограммах и очевидная необходимость, к примеру, фестивали, подобные «Суруди сол», в которых качество звучания играет первостепенную роль. Но автор, выступающий еще и как музыковед, суммируя комментарии экспертов, считает, что за пределами фестиваля необходимо полностью переориентировать вокал на живое исполнение.

Сравнивать качество двух этих публикаций в журнале имеет смысл, пожалуй, лишь по причине их эффективности и необходимости в них. Что в данном случае может быть эффективнее и ближе читателю – формальные отчеты или рецензии, в которых анализируются и осмысляются художественные процессы?

В этой связи необходимо определиться эффективна ли сегодня рецензия, или это жанр, отходящий на второй и третий план? Рецензия – это жанр, основу которого составляет отзыв (прежде всего – критический) о произведении художественной литературы, искусства, науки, журналистики. В какой бы форме не был дан такой отзыв, суть его – выразить отношение рецензента к исследуемому произведению. Отличие рецензии от других

жанров состоит, прежде всего в том, что предметом рецензии выступают не непосредственные факты действительности, на которых основаны очерки, корреспонденции, зарисовки, репортажи, а информационные явления – книги, брошюры, спектакли, кинофильмы, телепередачи [78,56].

Следует определиться, для кого пишутся рецензии сегодня? Естественно, критический разбор нужен, прежде всего, художнику, чтобы помочь ему сравнить свое представление о собственном творчестве с мнением человека со стороны, каковым ему может показаться рецензент. С другой стороны, читатель и зритель тоже хотят разобраться в том, что им предлагает художник. И всякая рецензия для любой из этих групп будет различаться. Детальный профессиональный разбор часто бывает неинтересен и непонятен широкой публике. А разбор произведения, ориентированный на широкую публику, может оказаться слишком поверхностным, как для автора произведения, так и для профессионального критика.

Сегодня, исходя из проведенного мониторинга изданий, можно сказать, что наметилась некая тенденция в написании рецензий, состоящая в пересказе содержания явления искусства, а не его смысла. Часто рецензенты сосредоточивают свое внимание на пересказе сюжетных линий произведения, характеристике поступков персонажей. Особенно неэффективным такой путь рецензирования будет тогда, когда аудитория хорошо знает произведение, о котором идет речь.

В качестве примера приведем рецензию из журнала «Фарханг ва хунар» «Плачут ли пери?» [135]. Автор детально описывает театральное действие, сюжетные линии и игру. При этом сосуществование на сцене элементов современного и классического театра, которое являлось режиссерским ходом, рецензентом не отмечено.

Следовательно, главный свой принцип сегодня рецензенты зачастую не оправдывают. Материалы не несут в себе ничего нового. А ведь основу рецензии должен составлять анализ, поэтому необходимо, чтобы он был

всесторонним, объективным. Автор призван выявить в анализируемом произведении то новое, что оно собой несет.

Современные информационные и технологические реалии создают возможность для появления нового типа арт-критика и новой формы рецензии – блогера, профессионального очевидца. А специализированные журналы могут быть и электронными.

Термин «блог» произошел от английского weblog (logging the web – «записывать события в сети»). Впервые его использовал американский программист Йорн Баргер в 1997 году для обозначения сетевого дневника.

В 1999 году Питер Мерхольц в шутку расщепил термин weblog на we blog. Позже Эван Уильямс (один из создателей Blogger и Twitter) стал использовать только слова blog, blogger и blogging. Так появилось слово «блог».

Блогеры в современном понимании – это отдельная категория СМИ. Самая быстрая реакция на события сейчас именно в блогах. Реакция быстрая и, чаще всего, независимая.

Предлагается рассматривать блог – не просто, как вэб-дневник, как это принято делать, исходя из классических определений. Наиболее качественной формой видится некий синтез блогера и профессионального колумниста с его субъективным эссе. А если колумнист-эссеист впадает в крайности издание всегда может дать пометку, что его точка зрения не совпадает с позицией редакции [39].

Есть у этой системы и обратная сторона. Если стоять на позициях традиционных СМИ, то очевидно, что СМИ, в отличие от блоггеров, дают историю во всем ее многообразии, поскольку должны проверить информацию и получить экспертную оценку. Если блогер лишь выражает мнение, то за СМИ – подтвержденная и максимально развернутая информация.

Сегодня технологии задают тон развития. Блогер – это сам себе СМИ с посещаемостью, цитируемостью, влиятельностью и уровнем доверия.

Для блогов характерна возможность публикации отзывов. Информации может быть размещено много, но как читателю ориентироваться в этом потоке? Многим необходим некий гид в эти пространства. Вокруг каждого блога со временем формируется определенное сообщество людей, объединенных по интересам. В блоге представлена какая-то информация, и есть возможность высказаться на этот счет, по diskutieren с другими людьми, которым интересна данная тема.

«Аудитория стала главной, она голосует кликами, она и есть то самое общество, на которое мы ориентировались раньше, в котором раньше были рабочие, колхозники, интеллигенция. А сегодня это страты, и это стратификация сегодня происходит в виртуальной среде. Один из способов самостратификации – это социальная среда, где человек сам себя в открытую определяет или причисляет к тому или иному сообществу, признавая эти признаки для себя главными, а другие – второстепенными. Останется ли это надолго, будет ли этот формат меняться, неизвестно. Понятно, что СМИ, которые претендуют на влияние, они могут влиять, только попадая в эти самые стратифицированные аудитории в социальных ли сетях, просто в Интернете, блогосфере. Неизвестно, какие форматы еще предложит нам развитие технологий, но очевидно, что эти форматы будут каким-то образом воспроизводить стратификацию сообщества и, тем самым, диктовать медиа, куда двигаться, каким образом, какие форматы своей презентации аудитории развивать», - считает главный редактор РИА Новости Марина Миронюк [48]. Естественно, раз мы говорим об очевидце, наиболее востребованном жанром станет репортаж. Или несколько модернизированный вид рецензии. Допустимо, что интернет-версия рецензии может быть реализована и как «экспертная рецензия», написанная независимым профессиональным критиком, и как потребительская рецензия, написана потребителем продукта. Здесь же могут присутствовать отзывы и комментарии, опубликованные на этой же интернет-странице, столь необходимые для обратной связи, благодаря которой и появляется интерес к искусству сегодня; и заказная

рецензия, которая написана по заказу создателя произведения. Как правило, купленные обзоры являются предубеждёнными, хотя бывают и исключения [48].

Эффективно используют эту модель авторы сайта «OpenSpace».

На сайте дается представление о современном искусстве как о производстве смыслов, о критической интеллектуальной деятельности, противостоящей коммерческому, глянцево-популярному пониманию искусства, которое стало популярным в условиях глобального мира. Искусство, по убеждению авторов колонок сайта, не является автономной сферой прекрасного или духовного, полностью отделенной от реальной жизни. Конечно, это область инновативная, самым непосредственным образом связанная с политикой.

В связи с этим редакторы сайта несколько меняют формат профессиональной деятельности арт-критиков.

«На OpenSpace хотелось бы иметь скорее журналистику, нежели критику. У критиков была слишком удобная жизнь в последние годы, в ситуации роста художественного рынка галереи были готовы платить за написание статей, очень многие на это жили и живут. А эта сфера не дает им возможности проявить критическое суждение, потому что статья оплачена галеристом. То, что критики находятся в закрытой среде, не дает им возможности увидеть художественную жизнь на фоне общества. Критики пишут друг для друга, для сообщества – каталог ведь нигде не продается. А мне хочется, чтобы нас читали не только те люди, которые входят в художественную среду. Хотелось бы поднимать острые вопросы, прежде всего связанные с обществом и политикой. Для этого надо изучать факты, задавать людям из нашего же цеха неприятные для них вопросы, в том числе связанные с финансированием и недвижимостью. Это то, что должен делать журналист. И я столкнулась с тем, что люди из арт-мира этим заниматься, не готовы. Они прямо говорили: мы не можем, потому что собираемся работать как кураторы, и если сейчас испортим отношения, нам не дадут работу. В арт-мире царит круговая порука, никто не заинтересован в том, чтобы

некоторые вещи выносить на всеобщее обсуждение. Но, тем не менее, мы находим людей, готовых так работать, и будем стараться дальше двигаться в этом направлении. Потому что понимание искусства как некой закрытой системы мне совсем не близко и не интересно», - разъясняет информационную политику редактор раздела «Искусство» Марина Деготь.

Проследить процесс взаимодействия профессионального блогера и аудитории можно на примере рецензий. Приводится серия профессиональных рецензий на спектакли или фильмы, выставки, не гоняясь за престижностью того или иного события, а раскрывая художественную ценность произведений искусства. Причём публикуются несколько рецензий на одно и то же событие. Первая – информационная, а вторая – колонка критиков, где дается другой, более профессиональный взгляд. Издание допускает, что взгляды критиков из колонки и журналистов из информативной части сайта зачастую не совпадают. «Так у читателя будет выбор между двумя или тремя разными позициями. К тому же это спровоцирует его пойти и самому увидеть то о чем так красиво, но пустословно пишет журналист, и жестко и бескомпромиссно, иногда иронично пишет критик», - комментирует редактор.

Возможно, именно такой формат арт-интернет-критики может стать новым дыханием и критики отечественной. В первую очередь потому, что читатель наконец-то получит возможность обратной связи: прочитал оставил свой комментарий, прочитал пост – прочитал комментарии – заинтересовался, поскольку мнение тут не только одного человека, но и уже аудитории – посмотрел – тоже оставил комментарий. Поскольку очень много говорится о том, что к искусству не приобщена молодежь, что не заложено в нее должное воспитание в этом направлении, нужно обратить ее внимание на это посредством тех ресурсов, которые пользуются у нее наибольшей популярностью, которые она постоянно использует. Сегодня, это социальные сети, порталы и сайты. Конечно, если это будет осуществляться при



профессиональном подходе, а не в общепринятом понимании блогера - любителя и ценителя.

Стоит отметить, что отечественные масс-медиа уже предпринимают попытки к формированию нового формата художественной критики. В этом направлении стоит рассматривать официальную страницу Информационно-культурного центра «Аржанг», руководители которой управляют сайтом анонсов культурных событий в Таджикистане ArtCulture.Tj. На сайте помимо анонсов, начали публиковать и серьезные аналитические материалы, рецензии, пусть и не в классическом виде. («Меценатство должно быть элитарным, а не карманным») [112]. На страницу этого сайта подписаны сотни человек, они получают ежедневные обновления-уведомления на страницах своих социальных сетей.

«Сегодняшние технологии открывают перед журналистами огромные возможности. Интернет – одна из самых мощных, конечно. Новые медиа дают огромные возможности для демократизации обсуждения. Это не журналисты, которые нас кормят информацией, мы все члены сообщества равных, и мы можем обсуждать это. Во всех областях есть такие возможности, и в культуре мы можем создать такой проект участия, если будем использовать новые средства массовой информации как можно шире. Сегодня люди устали от «бытовухи», политики, войн. Им хочется чего-то большего, и этим большим стало искусство во всем его многообразии. Да, пока рано говорить о какой-то элитарности. Прежде всего потому что сейчас можно наблюдать погоню за модой и конкуренцию. У нас сегодня срабатывает конъюнктура рынка, как в искусстве, так и в СМИ», - считает Зафар Абдуллаев, директор информационно-культурного центра «Аржанг».

Информационно-культурным изданием приемлемого для этой категории арт-критического письма можно считать и электронную версию журнала «Афиша». Журнал «Афиша» рассказывает о наиболее интересных, приятных и неоднозначных, по мнению редакции, событиях, которые произойдут в городе. «Афиша» – это рецензии на новые фильмы и

театральные премьеры, информация о предстоящих концертах и выставках. В журнале рассказывается о новых героях и новых тенденциях, о самых последних новостях города. Несмотря на свою специализацию, авторы не претендуют на академический стиль и манеру вещания. В выпуске №6(59) «Афиша», руководствуясь собственным опытом, публикует пошаговую инструкцию из 100 советов, позволяющую в кратчайшие сроки со стопроцентной гарантией изготовить специализированный журнал:

Вот некоторые из них: «43) Журнал, который не вводит в русский язык новые слова (даже если это слово «худи»), - плохой журнал. 45) Задавайте умным собеседникам глупые вопросы, и наоборот. 88) У людей должна быть возможность читать журнал, не читая текстов. 30) Использовать в тексте местоимение «я» разрешается после трёх лет непрерывной работы в редакции. 33) В тексте должна быть одна мысль. Или ни одной».

На сайте события искусства не осмысливаются теоретически как нечто, обладающее преемственностью, точно так же оно перестает восприниматься как нечто воспроизводимое в традиции.

Продолжая разговор о жанрах, как о способах эффективной передачи информации о художественной действительности, стоит особо обратить внимание на жанр интервью. Интервью считается промежуточным жанром между аналитическими и информационными. С одной стороны, в нем сообщается некая новость, с другой стороны, в нем собеседник журналиста раскрывается как думающая личность во всем многообразии своих личных качеств [45,15].

Форма интервью различна: беседы, анкеты, диалоги, монологи. Но все это многообразие подчиняется двум задачам: выявить точку зрения собеседника по обсуждаемому вопросу и рассказать о собеседнике и создать его портрет – психологический или профессиональный [23,251].

Из всех специализированных изданий чаще всего обращаются к жанру интервью авторы журнала «VIPzone». Автор относит журнал «VIPzone»

именно к классификации специализированных изданий, поскольку основная площадь журнала занята героями и сюжетами искусства.

Если говорить о количественных характеристиках, то в среднем в одном номере публикуется от 4 до 6 интервью. Рассмотрим, к примеру, номер журнала за август-сентябрь 2008, в котором опубликовано пять интервью, посвященных самым различным областям искусства: актерам и театру «Зарина Хушвахт: женщина – вулкан», «Рудаки – спектакль-сенсация», моде и модельерам «Узоры древности», певцам и певицам «Джонибек и Шабнам готовят сенсацию», музыкантам и композиторам «Остановись мгновение: Толибхон Шахиди»; или номер май-июнь 2001 года, где опубликовано сразу пять интервью.

Обращает на себя внимание вариативность интервью. Собеседник журнала всегда представлен с какой-то конкретной позицией, будь то убеждения творческого, политического или социального плана. В контексте этой позиции раскрывается и сам человек – его взгляды и убеждения, пути решения, реальные обстоятельства жизни. В качестве обоснования этого, приведем ряд примеров: «Му emancipation» [156], в котором певица Юлдуз Усманова рассуждает о том, можно ли быть на Востоке эмансипированной женщиной, и как ее убеждения способствуют ее продвижению на эстраде и вообще в шоу-бизнесе Востока; «Модный приговор Хамраевой» [128] – бескомпромиссная позиция модельера относительно того, почему в душанбинских магазинах высокие цены на одежду, и когда в Таджикистане появится фэшн-индустрия. Уже по одним только заголовкам можно судить о том, что герои интервью журнала «VIPzone» – представители совершенно разных течений искусства, в приглашении к беседе не отказано никому. Вместе с тем, стоит особо подчеркнуть, что для интервью этого журнала события искусства являются лишь информационным поводом для того, чтобы рассказать о его деятелях. К примеру, в интервью «Дети понедельника» [111] история Душанбе, его становления, архитектурное

настоящее, социальная, политическая, культурная действительность показана глазами режиссера Барзу Абдуразакова.

Следует отметить, что журнал при всей своей демократичности претендует на элитарность. В первую очередь об этом говорит редакционное обоснование предназначенности журнала, заявленное на обложке: «Таджикский журнал для успешных людей». Кроме того, нередко в самих публикациях можно встретить субъективное отношение авторов к тому или иному объекту искусства, например, связанное с его массовостью. Интервью с певицей и актрисой Фарзонаи Хуршед «Напрасные терзания» (февраль-март 2010) начинается со строк: «Надо работать на массы...».

Еще одной характерной чертой информационной политики журнала следует считать его тематическую ориентированность на национальное искусство: «Ханум берегиня» (декабрь-январь 2011) – о древних национальных куклах Лухтак, «По старинке» – западные решения внедрения национального колорита в современный интерьер (май-июнь 2011). Тема колорита, экзотичности и этнографии нашего традиционного искусства освещается на страницах журнала достаточно активно. Отметим, что та форма подачи, которую используют авторы журнала, носит, скорее рекламный характер. К примеру, в статье «Нож, как искусство» [159]: броские и яркие фотографии, насыщенные эпитетами и метафорами определения и свойства предметов старины, создающие вокруг них некий экзотический ореол, описание пригодности и эффективности этих предметов в сегодняшней жизни. Но вместе с тем, обращает на себя внимание и профессионализм авторов в подаче подобных материалов: многообразие используемых для этих целей жанров, обращение к историческим корням, аналитические заключения уникальности, функциональности традиционного искусства, постоянный акцент на то, что нельзя его относить к категории некой архаики, его необходимо сохранять и применять.

При этом подача материалов осуществляется без академической сложности изложения, использования специфической терминологии.

Обращает на себя особое внимание дизайн журнала. Иллюстрируют материалы различные по стилистике и жанрам фотографии: фотозаметка, фотозарисовка, фоторепортаж, фотокорреспонденция, фотоочерк, фотомонтаж, карикатуры, шаржи, рисунки, выполненные профессионалами. В оформлении интервью, к примеру, используется практика, когда фотографии иллюстрируют каждый вопрос и ответ. Как, например, в интервью «Шабнам и Джонибек готовят провокацию», авторы графически объединили фото и текст. Это, безусловно, привлекает читателя и имеет большой эффект воздействия на него.

Если представленные выше издания специализируется на искусстве исключительно национальном и освещение ведется локальное, то в журнале «VI zone» есть ряд постоянных рубрик, предоставляющих обзоры мировых новинок кино, музыки, литературы: reviewкино, life style, VIPобозрение. В них ведется не просто пересказ содержания в виде аннотаций, но и анализируется актуальность, концептуальность, художественная ценность произведений искусства.

Обратим внимание на лид рубрики: «Все книги, фильмы, музыкальные композиции – новые и не очень, которые впечатлили VIP zone или коснулись темы этого номера, мы прочитали-просмотрели-прослушали и решили поделиться». Производит двойное впечатление. С одной стороны – можно быть уверенным, что тексты эти – не перепечатка. А с другой – насколько можно положиться на субъективную позицию автора?

Говоря о субъективности, стоит отметить и еще одну рубрику журнала VIPколумнист. В ней автор излагает свое мнение относительно того или иного музыкального явления. Чаще всего в его поле зрения и анализа попадают произведения классической музыки. Рассмотрим одну из таких «Ключи от Космоса» [140]. В ней автор рассуждает о классике, в частности о музыке Сергея Рахманинова, не академическим слогом, сложно и пространно говоря о теории музыкальных гармоний, или метафорично о возвышенности звучания. Это трактовка классической музыки близкая всем, поскольку стиль

изложения прост, а доводы в пользу классики весьма убедительны, ведь автор апеллирует к чувствам, эмоциям, вызываемым этой музыкой. Такая форма изложения воздействует на читателя особым образом, создавая ощущение от классики не как от чего-то забытого и немодного, но формируя образ актуального и необходимого элемента для нашего настроения и чувств.

Колонка, безусловно, полезная, особенно для предубежденного читателя, увлекающегося исключительно современным искусством, отрицающего язык классики.

В вопросах театральной критики редакция журнала менее активна. Публикации не всегда выполнены профессионально. И причина не столько в субъективном подходе авторов, а в профессионализме подачи информации. В качестве обоснования оценим предварительную рецензию «Рудаки – спектакль-сенсация» [139] о готовящейся премьере в Академическом драматическом театре имени Лахути. Автор материала называет готовящуюся постановку «перфомансом», в то время как, это – классическая драма. Публикации же по итогам прошедших спектаклей, выполнены в жанре заметок и основаны на пересказе содержания спектаклей.

Исходя из результатов исследования этого параграфа, можно заключить, что уже сейчас существуют издания, ориентированные на разные интеллектуальные возможности читателей, так чтобы любой человек смог «приобщиться к искусству», если возникнет такое желание. Однако пока таких изданий немного, конкуренции между ними нет, и, как следствие нет и стимула к росту. И это представляется вполне справедливым, ведь специализированные издания и не рассчитаны на массовую читательскую аудиторию, без исключений, в этот разряд попали и журналы об искусстве и культуре.

Бесспорно, в специализированных журналах поднимается немало актуальных проблем современного и классического, национального искусства. Их предназначенность, как независимой площадки для экспертов в области искусства – говорить об искусстве подробно и профессионально.

Однако ситуация в медиа в контексте глобализации вытеснила эту сферу деятельности СМИ, сделав ее менее востребованной. Специализированные издания словно не влились в поток медиа-рынка. Отчасти поэтому их и считают независимыми площадками для высказывания профессионалов, поскольку они не живут коммерческими интересами. Вместе с тем, нельзя не учитывать современных условий и тенденций функционирования. Речь не идет о выстраивании информационной политики исключительно в угоду рыночным отношениям и потребностям аудитории. Но с учетом технологических и маркетинговых особенностей современности.

Считаем необходимым возродить этот вид традиционных СМИ, поскольку с ними связываем эффективную и качественную реализацию культуроформирующих функций журналистики. Поскольку глобализация предполагает тенденцию синтеза, то допускаем, что это уже не будет специализированный журнал в его классическом виде. Допускаем, что ему будет присущ синтез художественной критики и арт-критики. Видим необходимость в выходе специализированных журналов в пространстве Интернет. Не только в целях увеличения аудитории, но и для расширения возможностей авторов и экспертов, которым будет свойственна манера блогеров и колумнистов.

К тому же, это отчасти решит проблему появления и развития в наших СМИ качественной и профессиональной арт-критики. Моментальное возникновение профессиональных и интересных рецензий – не является на данный момент первостепенной задачей. Актуальнее всего в сложившихся условиях – решение проблемы качественного информирования аудитории о событиях из мира искусства, и как следствие пробуждение в ней интереса к ним. Интернет-издание с его скоростью распространения информации сыграет в этом деле наиболее важную роль.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Преобразования во всех сферах жизни Таджикистана, пережившего за последнее десятилетие ряд политических, экономических, социальных трансформаций, неминуемо сказались и на деятельности СМИ.

Неоспорим тот факт, что в современном обществе главным ресурсом является информация. Неизбежными являются процессы интенсификации информационного развития, связанные с возрастанием скорости передачи и объема информации, ускорением и ее обработкой. Очевидно, что в современных условиях СМИ развиваются по иному сценарию, порой даже вопреки предусмотренным нормам и правилам.

Глобализация, благодаря своим интеграционным особенностям и широкому спектру технологических возможностей распространения информации создала иллюзию свободы слова, противопоставив ее цензуре и тотальному контролю предшествующей эпохи. После политических и экономических преобразований, контроль остался, однако в погоне за свободой, СМИ утратили свою воспитательную функцию.

Наиболее очевидны эти трансформации в культуруформирующих функциях СМИ. Результаты экспериментального исследования печатных СМИ и проведенного опроса среди журналистов и редакторов изданий Таджикистана обнажают ряд существенных проблем, имеющих в системе массовой информации страны.

Именно СМИ, благодаря широкому развитию системы каналов передачи информации и возможности ее виртуализации, делают продукты искусства доступными для самых широких кругов. Передовые технологии позволяют в любой точке земного шара получать информацию о культуре и искусстве той или иной страны, распространять ее.

В подобной деятельности скрыт определенный парадокс. С одной стороны СМИ, исходя из своих задач, способны противостоять воздействию «массовой культуры», намеренно игнорируя ее, противопоставляя ей элитар-



ное искусство и национальное. Но вместе с тем, СМИ предназначено приобщение к подлинной культуре самых широких масс.

В ходе системного анализа отечественных печатных СМИ, проведенного в рамках исследования, был выявлен ряд тенденций, появившихся в деятельности СМИ Таджикистана в условиях глобализации при работе в освещении проблем культуры и искусства. В первую очередь установлено, что таджикская художественная и медийная среда характеризуется отсутствием арт-критики как таковой. Исследование показало, что в печатных СМИ Таджикистана есть работы независимых экспертов, но не критиков.

Маркетинг стал главной движущей силой, который решает проблемы экономического благополучия СМИ, но создает критическую ситуацию реализации ими своих функций по предназначению. Критика стоит на интересах рынка, а не искусства. Корень кризиса ситуации в том, что информация стала товаром. Сегодня материальное благополучие приоритетнее духовного и интеллектуального роста.

Принципы подачи информации, тематический выбор, жанровые особенности трансформировались. Отмечается все меньше информативности, несмотря на увеличение количества информационных материалов. Все реже на страницах изданий встречаются художественно-публицистические и аналитические материалы – рецензии, проблемные статьи, обзоры. Взамен – анонсы и светская хроника.

Сразу следует отметить, что в данной связи возникает вопрос о необходимости включения в общественно-политическое издание материалов, которые в принципе не имеют к социальной и политической сферам прямого отношения. Согласно первому варианту наличие подобных материалов в общественно-политическом издании объясняется особенностями восприятия информации, когда сложную информацию переплетают с «легкой», развлекательного характера. Но как установлено второй вариант заключается в сохранении и увеличении своей аудитории, когда читатель имеет возможность в одном издании почерпнуть весь спектр необходимой ему информации, или

намеренно покупает именно это издание, поскольку его устраивает манера подачи информации. У этой системы есть один существенный недостаток. Общественно-политическое издание, отводящее теме культуры и искусства минимальную площадь для размещения, едва ли может глубоко и всесторонне осветить культурный процесс. Хотя с другой стороны, это создает для заинтересованной части аудитории повод обратиться к специализированным изданиям и интернет-ресурсам.

Еще одним минусом сегодняшнего функционирования СМИ можно считать сложившуюся тенденцию массовости, повлиявшую на то, что демократизация медиа-рынка располагает в большей степени примитивными формами в работе с аудиторией в плане подачи информации на тему культуры и искусства.

Мониторинг изданий, проводившийся в рамках исследования, демонстрирует, как маркетинговая функция сегодня вытеснила культуруформирующую. А особенности рекреативной функции, направленные на развлечения и релаксацию, стали приоритетными в работе журналистов. Культуруформирующая функция трансформировалась, синтезируя в себе маркетинговую и рекреативную.

Кроме того, установлено, что сегодня отечественные СМИ в работе над освещением вопросов культуры и искусства функционируют так: они не только фиксируют события действительности, но и моделируют ее в соответствии с определенным социальным заказом. Зачастую вместо информирования общества, наблюдается формирование определенных установок за счет использования отфильтрованной информации и контекста ее подачи аудитории.

Экономическая зависимость СМИ в подаче информации о культуре и искусстве, влияет на то, что в сознании аудитории происходит отторжение классических ориентиров, традиций и ценностей и подмена их теми образцами, что соответствуют экономически выгодным запросам.

В частности, с появлением виртуализации, СМИ стали не просто каналом информации, но создателями тех информационных потоков, которые в современном мире открывают широкие возможности для манипулирования массами. Критика способна колоссально влиять на появление определённых тенденций, которые и становятся общепринятыми ценностями. В этой связи целесообразным считаем создание регулирующего свода критериев и принципов культууроформирующей деятельности СМИ с учетом современных условий и возможностей медиа-пространства. Необходимы четко оговоренные параметры профессиональной деятельности журналистов в сфере культуры. В частности: регулирование периодичности подачи информации на темы культуры, количество и средства рецензирования объектов и продуктов искусства, формы и способы пропаганды различных произведений художественной культуры. Система тематического регулирования с четко спланированным количеством материалов при соблюдении определенного баланса равномерного освещения многообразия событий культуры и искусства будет способствовать изменению сложившейся тенденции некой пунктирности подачи информации, влиять на ее качественные показатели.

Сегодня СМИ и искусство находятся в равных условиях. Будучи оба призваны концептуализировать новую действительность, они попадают под определенное влияние со стороны глобальных процессов, которое имеет для них как положительные, так и негативные последствия. Именно общность программной предназначенности делает возможной их взаимосвязь, которая позволяет им содействовать друг другу на пути к преодолению негативных воздействий глобализации. В исследовании демонстрируется, как порой СМИ удавалось отстаивать позиции искусства, влиять на его дальнейшую судьбу, провести его в массы. Однако это были лишь разовые явления в практике СМИ на фоне их функциональной трансформации. Наиболее важным инструментом на пути к налаживанию качественного взаимодействия искусства и СМИ считаем арт-критику, приобщающую к культуре и искусству через социальные каналы. Критик – не просто знаток истории искусства.

Отличие знатока от критика состоит в прогрессировании от знания к суждению.

Отметим, что отсутствие таких понятий как арт-критика, художественная журналистика, художественная критика не обозначено в качестве проблемы в сфере печатных СМИ Таджикистана. Исследование показало, что профессиональную категорию арт-критик не формируют ни в ВУЗах, ни в самих изданиях страны. А между тем, и исследование, это неоднократно подтверждает, актуальность арт-критики, способствующей формированию общественного сознания и социализации личности, сегодня трудно переоценить. Без сомнений, арт-критика в общей картине пребывания человека в мире глобальном, информационном, представляет собой культуруформирующий феномен. И этот феномен, на наш взгляд, может стать действенным способом противостояния негативным тенденциям, навязываемым извне, как в отношении самой культуры, в плане формирования вкуса у аудитории, так и в деле СМИ.

В этой связи считаем необходимым рассмотреть предложение о введении предмета «арт-критическое письмо» в программу подготовки студентов по специальности «журналистика». Сегодня эти предметы – несуществующая академическая дисциплина. Принципиальным видится четкое разграничение понятий арт-критика и художественная журналистика, предоставляющие учащимся право выбора специфики деятельности: оценка и обзор событий искусства страны и мира или более детальное рассмотрение каждого отдельновзятого продукта искусства, определение его актуальности, знаковости и значимости для культуры страны. Художественная журналистика означает не столько эстетические сколько информационные подходы. Аналитику в ней заменяет рекламно-презентационная сущность, что и определяет акценты деятельности и качественные характеристики. Арт-критика же, в свою очередь, предполагает более детальное рассмотрение того или иного явления искусства. Если художественная журналистика зависит от информационной

политики издания, то арт-критика представляет собой специализированные независимые тексты.

Основной вопрос, который возникает в этой связи – это кем и как будут формироваться эти профессиональные категории? В республике специалистов в этой области единицы. Одним из вариантов может стать направление журналистов на стажировки. Однако неоднозначность этого решения состоит в том, что обучение там проходит на примерах местного искусства, с учетом местных технических и нормативных возможностей СМИ. Такие стажировки дадут лишь общее представление о данной дисциплине, направив журналиста в его деятельности. Возможен и другой вариант – приглашение на мастер-классы специалистов в области арт-критики в республику, которые на примере наших художественных процессов и медийных возможностей обучали бы журналистов.

Немаловажен в этой связи и вопрос заинтересованности самих журналистов в участии в процессах художественной действительности страны. Камень преткновения в том, что коммерческая составляющая сегодня беспокоит умы больше, чем ответственность СМИ перед обществом.

Однако насколько справедливо возлагать всю ответственность исключительно на СМИ? На наш взгляд, корень данной проблемы кроется еще и в том, что зачастую позиции представителей современного искусства сводятся к категорическому заявлению о том, что их дело творить, а причастность и приверженность аудитории к искусству не их забота, их цель – самореализация и самоотдача. Аудитория же занимает полупассивную позицию относительно увлеченности, как предметами искусства, так и их отражением в СМИ. Как действовать СМИ в подобных условиях, и насколько продуктивной может оказаться их работа? Говорить о продуктивности имеет смысл в связи с актуальностью самого искусства, его идей.

Искать и устранять причины, по нашему мнению, необходимо еще и в сфере образования. Внедрять подобный спецпредмет нужно не только в ВУЗах с целью обучения журналистов, но и для воспитания аудитории. Привли-

вать вкус аудитории и прививать культуру посещения театров, музеев, галерей нужно с самого детства, устраивая элементарное знакомство с историей искусства и с теми течениями, современниками которого являются обучаемые. Эффективной работа по приобщению к культуре и искусству будет лишь в случае совместного, комплексного подхода в решении данной проблемы, как на уровне самих СМИ, так и на уровне образования. Поскольку из слушателей этих предметов вырастут и будущие журналисты, и аудитория заинтересованная и грамотная. Безусловно, это не снимает ни в коей мере ответственности со СМИ, но и с аудитории ее снимать неразумно.

Полученные в ходе исследования заключения о трансформации и синтезе культууроформирующих функций СМИ, дают основания разрабатывать идею о формировании еще одной профессиональной категории PR-art-менеджера, являющей собой некую квинтэссенцию функций и полномочий критика, агента, гида, распространяющихся как на предмет искусства, так и на журналистский материал. В идеале – это некий посредник между общественностью, искусством и медиа. Ведь поскольку синтезировались функции, изменяется и сама профессиональная категория. Она тоже синтезирует в себе новые параметры культууроформирующих функций. Одной из форм этой профессии станет и критика, которая будет выражаться нетолько в печатном слове, но станет некой художественной лабораторией, в которой создают выставки и постановки, отбирают художников и режиссеров, тем самым формируя сегмент современного искусства. Стало быть, критика теперь нетолько – простое отражение мнения об искусстве. Но и выражение взглядов профессионала, доносящего до аудитории суть предмета искусства. И чем шире круг этих специалистов, тем больше вероятности охватить все искусство, характеризующееся безграничностью своей формы и содержания. Особо стоит оговорить, что крайне важна грамотная работа в этой лаборатории, которая не будет зависимой от социального заказа и экономической выгоды. Сами СМИ подобной независимости себе позволить не могут, поскольку уже обозначена ранее прямая взаимосвязь успешности газеты от ее маркетинговой

политики. Поэтому допускаем, что принять участие в создании такой лаборатории на начальном этапе могут государство и гуманитарные фонды, поддерживающие культуру и искусство и СМИ. В Таджикистане подобный союз может сложиться из Министерства культуры, Института Евразийских исследований, Швейцарского Фонда по Сотрудничеству, Фонда Сороса.

В Таджикистане на сегодня таких специалистов нет. Однако отметим, что на протяжении последних десяти лет в Таджикистане формируется профессиональная категория арт-менеджера, человека занимающегося управлением культурными проектами. Необходимость таких специалистов продиктована тем, что современные культурные практики требуют большего осмысления культурных процессов его акторов, и здесь уже недостаточно чтобы художник просто сам проводил свою выставку и продавал, к примеру, свои работы.

«Каждый социокультурный проект наполнен определённым смыслом, концепцией, в соответствии с которой проводится культурное событие, несущее в себе определённое послание обществу – критика, обнажение общественных явлений, политических процессов и в этом – важное отличие арт-менеджера от ивент-менеджера. Более того, арт-менеджер – это человек которой и катализирует культурные процессы в обществе, человек обладающий чутьем, набором знаний об арт-процессах происходящих в мире, настолько что, вытащив на поверхность тот или иной художественный процесс, может влиять на социополитические процессы, происходящие в обществе», - комментирует свою деятельность Анна Басанова, арт-менеджер центра современного искусства Art-Graund[107].

Прежде, осуществляли подобные действия сами деятели искусства. И как для художника недопустимо вливаться в коммерческую струю, растрачивать себя на решение организационных вопросов, так и для журналиста, критика крайне важно следовать своим воспитательным функциям.

«Здесь важно отметить, что благодаря Международному Фонду поддержки художников, фотографов, критиков CEC ArtsLink за последние 10

лет, в Таджикистане, как и во всей Центральной Азии, сформировалась группа людей, профессионально занимающаяся арт-менеджментом. Сегодня число таких специалистов, к сожалению, невелико, лишь пять человек. Люди, которые совмещают в себе несколько родов деятельности: грант-менеджер, куратор, арт-директор, пиар-менеджер, художник, дизайнер, арт-критик, монтажер выставок, установщик оборудования. Конечно, эффективность от пяти человек не может дать быстрого сдвига в культурных процессах. Тот факт, что уже в Национальном Музее Таджикистана проводятся выставки современного искусства, демонстрирует небольшой сдвиг в сознании руководства музея, посетителей выставки. Это свидетельствует и о том, что аудитория открыта к новым направлениям искусства, любопытна. Или проведение музыкальных фестивалей на постоянной основе во многом – заслуга арт-менеджеров», - добавляет Анна Басанова.

Пожалуй, главной сложностью является то, что таких специалистов мало, а работ, идей, возможностей для реализации социокультурных проектов уже на сегодняшний день больше, чем пять лет назад. Первостепенно для арт-менеджера – идея, концепция, и здесь уже не столь важно, искусствовед занимается ее реализацией или журналист. Социальная мобильность может быть одним из выходов, чтобы привлечь в сферу новых специалистов, которые, не отрываясь от своей основной работы, смогут реализовывать свои творческие идеи, отстаивать гражданскую позицию художественными средствами.

Подобный вариант, по нашему мнению, достоин более детального рассмотрения, а его реализация может иметь немало преимуществ. Безусловно, речь не идет о том, чтобы виртуализировать эту деятельность. Крайне важным считаем создание компетентного и авторитетного специализированного издания, которое воспитывало бы анализом, и было бы неким синтезом журналистских текстов, научных исследований. Такое издание могло бы выпускаться Министерством культуры и являть собой некий образец, задающий тон, информирующий, просвещающий.



Поскольку допустим вариант синтеза культууроформирующей функции с маркетинговой и рекреативной, то предполагаем, что синтез культууроформирующей функции СМИ с коммуникативной станет хорошим вариантом налаживания контактов с аудиторией. Речь идет о том, чтобы распространять информацию по каналам Интернета. Необходимость формирования виртуального пространства арт-критики и художественной журналистики связана, прежде всего с тем, что сегодня интерес аудитории к массовой информации выражается в необходимости публичного отклика. Именно эту публичность могут предоставить СМИ. Тем самым способствуя тому, что читатель теперь не просто потребитель информации, но и ее соучастник. Интернет дает ему возможность самому быть издателем, редактором, корреспондентом, аналитиком. Это доказывает пример с использованием социальных сетей и их популярность.

Исследование предлагает с учетом сегодняшних информационных и технологических реалий в отечественном виртуальном пространстве создавать новый тип арт-критика и новую форму рецензии – блогера, профессионального очевидца.

Блогеры в современном понимании – это отдельная категория СМИ. Самая быстрая реакция на события сейчас именно в блогах. Реакция быстрая и, чаще всего, независимая. Предлагается рассматривать блог не просто, как взб-дневник, как это принято делать, исходя из классических определений. Наиболее качественной формой видится некий синтез блогера и профессионального арт-критика. Конечно, если это будет осуществляться при профессиональном подходе, а не в общепринятом понимании блогера – любителя. Последний вариант приведет к нивелированию принципов журналисткой деятельности.

Однако как показывает практика зарубежных СМИ, сегодня технологии задают тон развития. Сегодня блогер – это СМИ с посещаемостью, цитируемостью, влиятельностью и уровнем доверия.

Естественно, раз мы говорим об очевидце, наиболее востребованным жанром станет репортаж и несколько модернизированный вид рецензии. Допустимо, что интернет-версия рецензии может быть реализована и как «экспертная рецензия», написанная независимым профессиональным критиком, и как потребительская рецензия, написанная потребителем продукта. Здесь же могут присутствовать отзывы и комментарии, опубликованные на этой же интернет-странице, столь необходимые для обратной связи, благодаря которой и появляется интерес к искусству сегодня; и заказная рецензия, которая написана по заказу создателя произведения. Как правило, купленные обзоры являются предубеждёнными, хотя бывают и исключения.

Возможно, именно такой формат арт-интернет-(критики)журналистики может стать новым дыханием отечественной арт-критики. В первую очередь потому, что читатель наконец-то получит возможность обратной связи: прочитал – оставил свой комментарий, прочитал пост – прочитал комментарии – заинтересовался, поскольку мнение тут не только одного человека, но уже и аудитории: посмотрел – тоже оставил комментарий. Поскольку очень много говорится о том, что к искусству у нас не приобщена молодежь, что не заложено в нее должное воспитание в этом направлении, нужно обратить ее внимание на это посредством тех ресурсов, которые пользуются у нее наибольшей популярностью, которыми она постоянно использует. Сегодня, это социальные сети, порталы и сайты.

Нельзя оградить себя от процессов глобализации, равно, как и нельзя поддаваться всем ее воздействиям. В исследовании вынесен ряд предложений по противостоянию негативным влияниям глобализации на СМИ и искусство, при использовании ее же ресурсов.

И если синтез культуроформирующей функции с маркетинговой и рекреативной – факт свершившийся, которому СМИ не только не противостояли, но и являлись его акторами, то им же под силу, если не сохранить культуроформирующую функцию в ее академическом виде, то использовать методики синтеза функций, которые будут иметь положительные результаты. Так,

это может быть синтез коммуникативной, интерактивной и культуроформирующей функций. Помимо своих основных задач культуроформирующие функции решат и проблему обратной связи между аудиторией и искусством. Сегодня такая связь еще не налажена. Вследствие этого аудитория считает, что искусство развивается слабо и оттого не проявляет к нему особого интереса, представители искусства считают аудиторию пассивной и неинтересующейся их деятельностью.

К тому же воздействие глобализации на культуроформирующую деятельность СМИ абсолютно негативным считать не стоит. Оно проявляет себя и в появлении новых веяний, таких как арт-критика и художественная журналистика. Важно грамотно и эффективно ими управлять. Так же во благо можно использовать и пространство Интернета.

И если культура – это душа нации, то СМИ, провозглашающие себя «четвертой властью», просто не могут, как в силу своей функциональной предназначенности, так и в силу взятых на себя обязательств допустить того, чтобы глобализация ее трансформировала совершенно.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

1. Абдукадыров, А.А. Освещение общественно-политической жизни Таджикистана на страницах русскоязычной прессы (1990-1995 гг.): дис. канд. филол. наук / А.А.Абдукадыров. – Душанбе, 1997. – 126 с.
2. Антонова, С.Г. Информационная культура личности. Вопросы формирования / С.Г.Антонова // II Высшее образование в России. – 1994. – №1. – С.82-87. URL: Научная библиотека диссертаций и авторефератов disserCat: <http://www.dissercat.com/content/innovatsionnaya-zhurnalistika-i-vlast-v-sovremennom-mediinom-prostranstve#ixzz2qkf9dydz>
3. Арнольдов, А.И. Культурная политика: реалии и тенденции / А.И.Арнольдов. – М.: МГУКИ, 2004. – 64 с.
4. Архангельская, И.Б. Творческое наследие Герберта Маршалла Маклюэна в контексте развития теории коммуникации. Маршалл Маклюэн – философ и исследователь медиа / И.Б.Архангельская. URL: <http://www.mcluhan.ru/articles/tvorcheskoe-nasledie-gerberta-marshalla-maklyuena-v-kontekste-razvitiya-teorii-kommunikacii/>
5. Асаул, А.Н. Создание знания и информационной инфраструктуры субъектов предпринимательства / А.Н.Асаул, Е.И.Рыбнов, О.А.Егорова, Т.М.Левченко. –СПб.: АНО ИПЭВ, 2010. – 252 с.
6. Бабич, И.Л. Глобализация культуры и современный культурный социум (на примере Республики Алтай) / И.Л.Бабич // Ориентиры культурной политики. – М.: ГИВЦ МК РФ, 2002. – №3. URL: <http://www.culturalmanagement.ru/books/482?cid=98>
7. Барабанов, Е. К критике критики / Е.Барабанов // Художественный журнал. – 48/49 изд. – 2003. URL: <http://xz.gif.ru/numbers/48-49/kritika-kritiki/>
8. Басин, Е.А. Культура современного общества / Е.А.Басин. – М., 2010. URL: <http://www.krugosvet.ru/node/35754?page=0,3>
9. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное будущее / Д.Белл. –М.:

- Academia, 2000. – 940 с.
10. Берг, М.А. Веревоочная лестница / М.А.Берг. –М.: Изд-во «Алетейя», 2005. – 464 с.
  11. Берг, М.А. Рейтинг искусства в СМИ разных категорий и стратегии критика / М.А.Берг. – 1995. URL: [http://www.mberg.net/rieting\\_smi/](http://www.mberg.net/rieting_smi/)
  12. Богатырева, Т.Г. Синергетика глобальных социокультурных процессов и культурная политика / Т.Г.Берг // Глобализация: синергетический подход. – М.: РАГС, 2002. URL: <http://spkurdyumov.narod.ru/D46Bogatireva.htm>
  13. Богданова, П.А. Новый зритель и новые ожидания / П.А.Богданова // Современная драматургия. – 2002. – №2. URL: [http://www.smotr.ru/pressa/sd/sd\\_2\\_2002\\_rub.htm](http://www.smotr.ru/pressa/sd/sd_2_2002_rub.htm)
  14. Богомолова, Н.Н. Массовая коммуникация и общение / Н.Н.Богомолова. – М.: Знание, 1988. – 80 с.
  15. Бутенко, И.А. Культурная активность населения / И.А.Бутенко // Культура и культурная политика в России. – М., 2000. (Науч. докл. / Моск. обществ. науч. фонд; № 115). URL: <http://www.auditorium.ru/books/11/r9.pdf>
  16. Выготский, А.С. Психология искусства / А.С.Выготский. – Изд. 3. –М.: Искусство, 1986. – 281 с.
  17. Гельгардт, Р.Р. Рассуждение о диалогах и монологах / Р.Р.Гельгардт // Сб. докладов и сообщений лингвистического общества. –Калинин, 1971. –Вып.1. – 45-63с.
  18. Генисаретский, О.И. Культурно-антропологическая перспектива / О.И.Генисаретский // Иное: Хрестоматия нового российского самосознания. – М.: Аргус, 1995. URL: [http://www.procept.ru/publications/1995\\_kult-anprop\\_perspective.htm](http://www.procept.ru/publications/1995_kult-anprop_perspective.htm)
  19. Гидденс, Э. Социология / Э.Гидденс. – М.: Эдиториал УРСС, 1999. – 547 с.
  20. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учеб. пособие /

- О.Л.Гнатюк. – СПб.: Книжный Дом, 2008. – 256 с.
21. Гнедовский, М.Б. Культура заменит промышленность? / М.Б.Гнедовский // Интервью с Ю.Утышевой / Сайт Института культурной политики. URL: –<http://www.cpolicy.ru/doc.plx?id=30> (дата обращения: 16.08.2003)
  22. Голанова, Е.И. Устный публичный диалог: жанр интервью / Е.И.Голанова // Русский язык конца XX столетия. –М., 2000. –С.427-453.
  23. Голанова, Е.И. Публичный диалог: коммуникативный узус и новые жанровые разновидности / Е.И.Голанова // Русский язык: исторические судьбы и современность. –М., 2001. – 35-39 с.
  24. Гулина, А. Культуру в массы? Новая жизнь старого лозунга: [По материалам семинара «Культпросвет»] / А.Гулина // Богатей. – Саратов, 2003. – 25.02. – № 7 (237). – 48 с.
  25. Гуревич, П.С. Философия культуры / П.С.Гуревич. – М.: Nota bene-М, 1984. – №5. – 300-325 с.
  26. Дзялошинский, И.М. Российские СМИ: как создается образ врага. Статьи разных лет / И.М.Дзялошинский, М.И.Дзялошинская. – М.: Московское бюро по правам человека, «Academia», 2007. – 168 с.
  27. Доклад ЮНЕСКО о коммуникации и информации. Гл.ХII. –С.6. URL: <http://www.bpress.ru/free/unesco/12.html> Глава XII. -С.425.
  28. Дубин, Б.В. Слово – письмо – литература: Очерки по социологии современной культуры / Б.В.Дубин // Новое литературное обозрение. Научное приложение. – М., 2001. – Вып.26. – С.70-81с.
  29. Жданова, А.М. Экономическая глобализация и проблемы национальной и международной безопасности / А.М.Жданова // Проблемы современной экономики. С.8. URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=4181>
  30. Замшель, Г.З. Философия культуры: в 2 т. / Г.З.Замшель. –М.: Юрист, 1996. –187 с.

31. Засурский, И.И. Медиаполитическая система / И.И.Засурский // Вестник Московского университета. – Серия 10 «Журналистика». – 2001. – №1. – 65-78 с.
32. Землянова, Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: толковый словарь терминов и концепций / Л.М.Землянова. –М.: Изд-во Московского университета, 1999. URL: <http://vikent.ru/author/834/>
33. Кара-Мурза, С.Г. Идеология и мать ее наука / С.Г.Кара-Мурза. – М., 2002. –135 с.
34. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М.Кастельс // Библиотека Гумер – Политология. – 2006. URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/kastel/02.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/02.php)
35. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М.Кастельс. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
36. Киверин, В.И. Экономика редакции газеты / В.И.Кастельс. –М.: Аспект-пресс, 2002. – 105 с.
37. Козлова, Н.И. Глобализм дореволюционной публицистики / Н.И.Козлова // Журналистика в 1998 году: Тезисы науч.-практ. конф. Ч.II. –М., 1999. – 100-110 с.
38. Корконосенко, С.Г. Основы теории журналистики / С.Г.Корконоченко. –СПб., 1995. – 287 с.
39. Королева, М. Колумнист rg.ru / М.Королева. URL: <http://www.rg.ru/2011/12/01/kolumnist.html>
40. Кохтев, Н. Стилистика газетных жанров / Н.Кохтев, В.Солганик. – М., 1978. – 90 с.
41. Культурное пространство в Центральной Азии. Единство в многообразии. Материалы регионального форума культуры и искусства Центральной Азии (Душанбе 28-29 ноября, 2009) / под ред. Л.Додхудоевой, А.Низамова, С.Рахимова. – Душанбе, 2010 – 184 с.
42. Кулакова, В.В. Интернет-журналистика в системе СМИ Таджикистана

- / В.В.Кулакова // Актуальные проблемы журналистики. –Душанбе: Эчод, 2009. – 89-93 с.
43. Левчук, Н.Н. Сетевая структура информационного пространства в контексте манипулирования значимыми символами / Н.Н.Левчук // Веснік БДУ. Сер. 4. – 2010. – №3. – 64-70 с.
  44. Лернер, М. Развитие цивилизации в Америке / М.Лернер. Т.2. – М.: Академия, 2002. – 671 с.
  45. Лукина, М. Технология интервью: учеб. пособие / М.Лукина. –М.: Аспект пресс, 2003. – 191 с.
  46. Маршалл, М. Война и мир в глобальной деревне / М.Маршалл, К.Фиоре. – АСТ: Астрель, 2012. – 224с.
  47. Мельник Г.С. Актуальные проблемы современности и журналистика / Г.С.Мельник, А.Н.Тепляшина // Массмедиа в условиях глобализации: Взаимосвязь глобализации, глобализма и трансформации. – СПб., 2005. – 200 с.
  48. Миронюк, С. Будущее за Интернетом, от которого уже тошнит / С.Миронюк // VI Форум европейских и азиатских медиа. – 2012. URL: <http://ibusiness.ru/>; <http://ibusiness.ru/blogs/13733>
  49. Моль, А. Социодинамика культуры ЛКИ / А.Моль. – Л., 2008. – 418 с.
  50. Моль, А.А. Социодинамика культуры. (Sociodynamique de la culture, 1967) / А.А.Моль. [Djv-ZIP] / пер с франц. Вступит. ст., ред. и прим. Б.В.Бирюкова, Р.Х.Зарипова и С.Н.Плотникова. –М.: Изд-во «Прогресс». Редакция литературы по вопросам философии и права, 1973. Скан, обработка, формат Djv: AAW, 2009
  51. Моль, А.А. Теория информации и эстетическое восприятие (Theorie de l'information et perception esthetique, 1958) / А.А.Моль. [Djv-ZIP] / пер. с франц. Б.А.Власюка, Ю.Ф.Кичатова и А.И.Теймана / под ред. с послесловием и прим. Р.Х.Зарипова, В.В.Иванова. Вступит. ст. Б.В.Бирюкова, С.Н.Плотникова. –М.: Изд-во «Мир», 2009. – 390 с.



52. Науменко, Т.В. Функция журналистики и функции СМИ / Т.В.Науменко // CREDO. – 2000. – №20. – 70 с.
53. Научная библиотека диссертаций и авторефератов disserCat: <http://www.dissercat.com/content/rezhisserskoe-iskusstvo-tadzhikistana-80-kh-i-90-kh-godov-xx-veka#ixzz2wVOeZ5La>
54. Нурджанов, Н. История таджикского советского театра(1917-1941 гг.) / Н.Нурджанов. –Душанбе: Дониш, 1967. URL: Научная библиотека диссертаций и авторефератов disserCat: <http://www.dissercat.com/content/rezhisserskoe-iskusstvo-tadzhikistana-80-kh-i-90-kh-godov-xx-veka#ixzz2wVOW9YY8>
55. Нурджанов, Н. Таджикский народный театр / Н.Нурджанов. –М.: Искусство, 1956. – 250с.
56. Олешко, В.Ф. Журналистика как творчество / В.Ф.Олешко. –М.: РИП-холдинг, 2003. – 285 с.
57. Перевалов, В.В. Деятельность журналиста в пространстве художественной культуры: учеб. Пособие В.В.Перевалов. – М.: МГУП, – 2011. – 191 с.
58. Перевалов, В.В. Деятельность журналиста в пространстве художественной культуры / В.В.Перевалов. –М.: МГУП-М, 2007. – 191с.
59. Проблемы и перспективы развития русскоязычных СМИ в Таджикистане : Материалы респ. науч. конф. (Душанбе 28 дек. 2007) / Посольство РФ в РТ, Союз журналистов Таджикистана, Рос.-Тадж. (слав.) ун-т; отв. ред. А.Н.Нуралиев. – Душанбе, 2008. – 107 с.
60. Першке, Г. Журналистика как отрасль духовного производства / Г.Першке // Основные понятия теории журналистики. –М., 1993. – №12. – 125 с.
61. Последний признак развитой цивилизации // Культура. Пермский край: Интервью с Валентином Дьяконовым. – 2013. – Март-апр. URL: [http://www.kulturaperm.ru/pou/show.html?show\\_id=9](http://www.kulturaperm.ru/pou/show.html?show_id=9)

62. Пронина, Е.Е. Психология журналистского творчества / Е.Е.Пронина. – М.: КДУ, 2006. –299 с. URL: <http://vikent.ru/author/834/>
63. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П.Прохоров. –М., 1995. – 351 с.
64. Рахимов, А. Особенности функционирования печатных СМИ Таджикистана после обретения независимости: дис...канд. филол. наук: 10.01.10 / Рахимов Абдухамит Абдубасирович. –Душанбе, 2012. – 140 с.
65. Садуллаев, А.С. Очерк: генезис, развитие и современное состояние / А.С.Садуллаев, А.С.Аминов. – Душанбе: Ирфон, 2012. – 216 с.
66. Саймон, М. Культурная политика: краткое руководство / М.Саймон // Культурная политика в Европе: выбор стратегии и ориентиры: Сб. материалов. – М.: Либерия, 2002. – (Альманах «Приложение к журналу "Библиотека"»). URL: <http://www.culturalmanagement.ru/books/668?cid=97>
67. Садуллаев, А.С. Печать суверенного Таджикистана и традиции ее развития / А.С.Садуллаев // Свобода СМИ: вопросы формирования современной политики: Материалы респуб. науч.-практ. конф. (8 декабря 2006 г.). – Душанбе, 2007. – 75 с.
68. Смелкова З.С. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты: учеб. пособие / З.С.Смелкова, Л.В.Ассуирова, М.Р.Саввова, О.А.Сальникова. –М.: Флинта, 2003. – 320 с.
69. Смелянский, А.М. Наши собеседники: Русская классическая драматургия на сцене советского театра семидесятых годов / А.М.Смелянский. –М.: Искусство, 1981. – 367 с.
70. Смелянский, А.М. Предлагаемые обстоятельства: Из жизни русского театра второй половины XX века / А.М.Смелянский. –М.: Артист. Режиссёр. Театр, 1999. – 352 с.
71. Смелянский, А.М. Советский театр: Основные направления и тенденции развития современной сцены / А.М.Смелянский. –М.: Изд-

- во АП «Новости», 1986. – 91 с.
72. Сохранение культурного наследия и проблемы фальсификации истории: Материалы всероссийской молодежной конференции в рамках фестиваля науки (Астрахань 19-21 сентября, 2012): в 2-х т., т.1. / под ред. А.П.Романовой. –Астрахань: АГУ, 2012. – 492 с.
  73. Стровский, Д. Глобализация информационного пространства и ее влияние на журналистику / Д.Стровский. – Оксфорд: Oxford University Press, 1999. –230-279 p.
  74. Султонов, М.М. Периодическая печать современного Таджикистана: формирование и основные тенденции развития (1991-2004 гг.): дис... канд. филол. наук: 10.01.10 / Султонов Мирсаид Мехромуддинович. – М., 2005. – 175 с.
  75. Султонов, М.М. Влияние глобализационных процессов на информационное пространство Таджикистана / М.М.Султонов // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. – Бишкек, 2012. – №8. –Т.12. –С.88-98.
  76. Тертычный, А. Жанры аналитической журналистики / А.Тертычный. – М., 1998. – 256с.
  77. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати / А.А.Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 360 с.
  78. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати: учеб. Пособие / А.А.Тертычный. –М.: Аспект Пресс, 2014. – 352 с.
  79. Тертычный, А.А. Логическая культура журналиста ВК / А.А.Тертычный. –М., 2006. – 280с.
  80. Тоффлер, Э. Третья волна / Э.Тоффлер // США – экономика, политика, идеология. – 1982. – №7–11. – 99 с.
  81. Тоффлер, Э. Шок будущего / Э.Тоффлер. –М.: ООО «Изд-во АСТ», 2002. – 557 с.
  82. Турен, А. Возвращение человека действующего / А.Турен. – М.: Научный мир, 1998. – 204 с.

83. Усмонов, И.К. Журналистика. Кн.3 / И.К.Усмонов. – Душанбе, 2008. – 446 с.
84. Усмонов, И.К. Влияние СМИ на формирование информационного пространства Республики Таджикистан / И.К.Усмонов // Актуальные вопросы журналистики. – Душанбе, 2012. – 100-112 с.
85. Усмонов, И.К. Журналистика. Кн.1 / И.К.Усмонов. – Душанбе, 2005. – 480 с.
86. Ученова, В.В. Публицистика и политика / В.В.Ученова. –М., 1973. – 214 с.
87. Ученова, В.В. Современные тенденции развития журналистских жанров / В.В.Ученова // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. «Журналистика». – 1976. – №4. –С.66-73.
88. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества / Ф.Уэбстер. – М.: Аспект-Пресс, 2004. – 400 с.
89. Фомичева, И.Д. Журналистика переходного периода: развитие практики и вызов науке / И.Д.Фомичева // Основные понятия теории журналистики. – М., 1993. – С.8-13.
90. Хомидов, Д.Б. СМИ в контексте информационной безопасности Республики Таджикистан: автореф. дис...канд. филол. наук: 10.01.10 / Хомидов Дилобаршо Борухдинович. – Душанбе, 2013. – 26 с.
91. Цыганков, П.А. Теория международных отношений / П.А.Цыганков. – М., 2002. – 201 с.
92. Чапарина, С. Инструментарий и субъекты культурной политики / С.Чапарина // Сайт Института культурной политики. – 30.01.2004. URL: <http://www.cpolicy.ru/doc.plx?id=73>
93. Чернов, А. Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы / А.Чернов // URL: <http://www.isn.ru/public/Book.zip>.
94. Чугунов, А.В. Развитие информационного общества: теории,

- концепции и программы / А.В.Чугунов. – Санкт-Петербург, 2007. – 102с.
95. Шавшуков, В.М. Экономическая глобализация и проблемы национальной и международной безопасности / В.М.Шавшуков // Проблемы современной экономики. – 2008. – №26. URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=4181>
96. Шарипов, Ф.Ф. Формирование информационной культуры: состояние, тенденции и перспективы: монография / Ф.Ф.Шарипов; Рос.-Тадж. (слав.) ун-т. – Душанбе: Ирфон, 2013. – 332 с.
97. Щедровицкий, П.Г. О единстве культуры: культурная политика на пути к открытому обществу: доклад / П.Г.Щедровицкий // Сайт Русский архипелаг: Сетевой проект «Русского мира». – 1993. URL: [http://www.archipelag.ru/authors/shedrovicky\\_petr/?library=1309](http://www.archipelag.ru/authors/shedrovicky_petr/?library=1309)
98. Fukuyama, F. The end of history? / F.Fukuyama, // Globalization and the Challenges of the new century. Economy and Society. – 1997. – №6.– 230p.
99. Hirst, P. The problem of globalization International Economic Relations / P.Hirst and G.Thompson // Economy and Society. – 1992. – №4. – 21 of November. –P.357-395.
100. Huntington, S. The Clash of civilization / S.Huntington // Foreign affairs. – 1993. – Vol.72. – №3. –500 p.
101. McLuhan, Marshall. Letters of Marshall McLuhan / Marshall McLuhan,– Oxford: Oxford University Press, 1987. –400 p.
102. McLuhan, Marshall. The Medium is the Massage: An Inventory of Effects / Marshall McLuhan. – New York, 1967. –P.24.
103. Media Policy: Convergence, Concentration and Commerce. –L., 1998. – 150p.
104. Negrin, R. Politics and the Mass Media in Britain / R.Negrin. –L., 1989. – P.4.

105. Regan, R. Churchill Lecture to English Speaking Union, Guildhall / R.Regan. – London, 1989. – June 13.

**Интервью:**

106. Из личного интервью с А. Аминовым – май, 2013.  
107. Из личного интервью с А. Басановой – февраль, 2013.  
108. Из личного интервью с Т. Бандишоевым – октябрь, 2010.  
109. Из личного интервью с Ф. Кузиевым, З. Абдуллаевым – март, 2013.  
110. Из личного интервью с С. Ходжиевой – февраль, 2012.

**Периодические издания:**

111. Абдуразаков, Б. Дети понедельника / Б.Абдуразаков // VIPzone. – 2011. – февр.-март. – с.3  
112. Абдуллаев, З. Меценатство должно быть элитарным, а не карманным / З.Абдуллаев // Аржанг. 2013. – 23 янв. – с.1  
113. Азизова, Т. Реализация права на культуру в соответствии с законодательством / Т.Азизова // Фонус. – 2003. – №6. – май. – с.47-51  
114. Алибекова, З. Французская литература и русизмы / З.Алибекова // Олами хунар. – 2012. – №3. – дек. – с.40-42  
115. Бандишоев, Т. Мастер таджикской миниатюры / Т.Бандишоев // Somon Air. – 2012. – март. – с.28-33  
116. Бандишоев, Т. Мелодии Родины / Т.Бандишоев // Somon Air. – 2011. – март. – с.40-44  
117. Басиров, Э. Пришел Навруз по солнечным часам, неся с собою плодородие в долинах / Э.Басиров // Азия плюс. – 2009. – №11(478). – 18 марта. – с.18  
118. Белжеларский, Е. Нон-экшн / Е.Белжеларский // Итоги.ru. – 2010. – №6(713) – 08 февр.  
URL: <http://www.itogi.ru/arts-anons/2010/6/148826.html>  
119. Берсенева, А. В смерти Галкина замечен алкоголь / А.Берсенева // Газета.ru. – 2010. – 01 марта. URL:

- [http://www.gazeta.ru/gazeta/authors/anastasiya\\_berseneva.shtml#04.06.2010](http://www.gazeta.ru/gazeta/authors/anastasiya_berseneva.shtml#04.06.2010)  
0 16:45
120. Валиев, А. Полный абстракт / А.Валиев // Азия плюс. – 2010. – №60 (579). – 20 дек. – с.35
  121. Гаджиева, А. Барзу Абдуразаков: Или ты – личность, или ты – вечный раб / А.Гаджиева // Азия плюс. – 2009. – №12(479). – 25 марта. – с.38
  122. Гаджиева, А. Сама жизнь стала театром / А.Гаджиева // Азия плюс. – 2010. – №16(535). – 21 апр. – с.25
  123. Гаджиева, А. Джазовый фестиваль: мозика / А.Гаджиева // Азия плюс. – 2010. – №19(538). – 12 мая. – с.24
  124. Гаджиева, А. А.Файзиев: Все мои роли дороги мне / А.Гаджиева // Азия плюс. – 2010. – №58(577). – 17 нояб. – с.30
  125. Гаджиева, А. Наша интеллигенция потерялась / А.Гаджиева // Азия плюс. – 2011. – №24(613). – 30 марта. – с.18
  126. Гайсина, Л. А-ля Чакан / Л.Гайсина // VIPzone. – 2009. – июнь-июль. – с.25-27
  127. Гайсина, Л. The «Shams» / Л.Гайсина, Р.Сафарова // VIPzone. – 2010. – апр. – с.9-11
  128. Гайсина, Л. Модный приговор Мавлюды Хамраевой / Л.Гайсина // VIPzone. – 2011. – май-июнь. – с.25-27
  129. Гафурова, М. Джазовый фейерверк / М.Гафурова // Фарханг ва хунар. – 2009. – №2. – с.9-12
  130. Гейзер, А. Оперу «Омар Хайям» исполняют в Европе / А.Гейзер. // Азия плюс. – 2009. – №5(472). – 04 февр. – с.18
  131. Джамалова, М. Законодательная основа развития культуры в Таджикистане / М.Джамалова // Фонус. – 2001. – №1. – янв. – с.96-103
  132. Достиев, М. Операи тоҷик: проблемаҳо ва дурнамаҳо / М.Достиев // Фонус. – 2003. – №6. – май. – с.73-77
  133. Иброхимов, Р. Kabul Gallery представляет / Р.Иброхимов // VipZone. – 2010. – авг.-сент. – с.29

134. Исабаева, Т. Огненное сердце малики Джурабековой / Т.Исабаева // Фарханг ва хунар. – 2008. – №3. – март. – с.13-15
135. Казакова, З. Плачут ли пери? / З.Казакова // Фарханг ва хунар. – 2008. – №3. – с.15
136. Карпова, З. Театральные изюминки к закрытию сезона / З.Карпова // Народная газета. – 2010. – №29(19738). – 21 июля. – с.4
137. Клычева, Н. Поиски и находки Азизы Азимовой / Н.Клычева // Фарханг ва хунар. – 2007. – №2. – с.28
138. Комбаров, К. Life Style. Без вариантов / К.Комбаров // VIPzone. – 2011. – май-июнь. – с.19– с.19
139. Комбаров, К. Рудаки: Спектакль-сенсация / К.Комбаров // VIPzone. – 2009. – июнь-июль. – с.1-3
140. Комбаров, К. Ключи от Космоса / К.Комбаров // VIPzone. – 2010. – февр.-март. – с.10
141. Кузьми, К. Франкофония 2011: поэзия в музыке и зрительных образах / К.Кузьми // VIPzone. – 2011. – №21(610). – 16 марта. – с.22
142. Курбанова, М. Кино на болванках / М.Курбанова // Азия плюс. – 2010. – 2010. – №10(528). – 05 марта. – с.19
143. Лекаркин, И. Мировое кино теперь в Душанбе / И.Лекаркин // Азия плюс. – 2010. – №18(537). – 05 мая. – с.15
144. Любарская, И. Про уродов без людей / И.Любарская // Итоги.ru. 2010. – №8(715). – 22 февр.
145. Любарская, И. Медвежий угол / И.Любарская // Итоги.ru. – 2010. – №8(715). – 22 февр.  
URL: <http://www.itogi.ru/arts-festival/2010/8/149313.html>
146. Мансурходжа, М. «Дидор» - кинофестиваль дружбы и сотрудничества / М.Мансурходжа // Народная газета. – 2010. – №42(19751). – 20 нояб. – с.6
147. Мирахмедов, Ф. Актуальные проблемы драмы / Ф.Мирахмедов // Олами хунар. – 2009. – №1-2. – март. – с. 19-21



148. Матвеев, К. Духовность – это крест / К.Матвеев // Газета.ru. – 2013. – 02 окт. URL: [http://www.gazeta.ru/culture/2013/10/02/a\\_5678437.shtml](http://www.gazeta.ru/culture/2013/10/02/a_5678437.shtml)
149. Матвеев, К. Для слез с оркестром / К.Матвеев // Газета.ru. – 2012. – 10 окт. URL: [http://www.gazeta.ru/culture/2013/10/02/a\\_5678437.shtml](http://www.gazeta.ru/culture/2013/10/02/a_5678437.shtml)
150. Назаров, Н. Пространство и время в музыке ЦА / Н.Назаров // Фонус. – 2001. – №1. – янв. – с.80-86
151. Назарова, Л. Музыкальное искусство Таджикистана за 10 лет независимости / Л.Назарова // Фонус. – 2002. – №4. – июнь. – с.119-125
152. Расултаев, Ж. Макамные инструментальные ансамбли: состав и звучание / Ж.Расултаев // Фонус. – 2002. – №4. – июнь. – с.114-119
153. Расул-заде, Т. Таджикский атлас: национальную гордость приходится закупать за рубежом / Т.Расул-заде // Азия плюс. – 2010. – №14(533). – 07 апр. – с.20
154. Расул-заде, Т. Мы проходящие, но камень-вечный / Т.Расул-заде // Азия плюс. – 2011. – №68(587). – 22 дек. – с.21
155. Рахимов, С. Из одиночества с любовью / С.Рахимов // Народная газета. – 2009. – №29(19808). – 21 июля. – с.4
156. Рахматова, М. Му Emansipatoin / М.Рахматова // VIPzone. – 2011. – май-июнь. – с.18
157. Рахматова, М. Прощание с Жизелью / М.Рахматова // VIPzone. – 2011. – янв.-февр. – с.5
158. Рахматова, М. Мавлюда – царица танца / М.Рахматова // VIPzone. – 2008. – авг.-сент. – с.7
159. Рахматова, М. Нож как искусство / М.Рахматова // VIPzone. – 2008. – авг.-сент. – с.12
160. Рузиева, М. Фестиваль «Суруди сол»-2007 / М.Рузиева // Фарханг ва хунар. – 2008. – №4. – с.17
161. Рябикина, М. «Last Rame»: гарантия качества / М.Рябикина // Азия плюс. – 2011. – №43(632). – 08 июня. – с.19
162. Рябикина, М. Lady J – литовская красавица таджикского шоу-бизнеса

- / М.Рябикина // Азия плюс. – 2010. – №2(469). – 14 янв. – с.19
163. Сатторзода, А. Запад и Восток: проблемы сосуществования культур / А.Сатторзода // Фонус. – 2001. – №3. – нояб. – с.47-56
164. Седых, М. Первый улов / М.Седых // Итоги.ru. – 2010. – №6(713). – 08 февр. URL: <http://www.itogi.ru/arts-teatr/2010/6/148817.html>
165. Сулькин, О. «Оскар» против «Глобуса» / О.Сулькин // Итоги.ru. – 2010. – №6(713). – 08 февр.  
URL: <http://www.itogi.ru/arts-zhdems/2010/6/148825.html>
166. Ульджабаева, М. Жил-был художник один / М.Ульджабаева // Фарханг ва хунар. – 2008. – №4. – с.35-37
167. Хамидова, П. Заррина Хушвахт. Женщина-вулкан / П.Хамидова // VIPzone. – 2008. – авг.-сент. – с.4
168. Хасанова, М. «Истинный полдень» завоевал очередную награду // Азия плюс. – 2010. – №23(542). – 09 июня. – с.18
169. Хамидов, С. Эхо «Дидора» / С.Хамидов // Азия плюс. – 2011. – №34(623). – 04 мая. – с.22
170. Шахиди, М. Центральная Азия и Европа: диалог культур или совершенствование современной демократии / М.Шахиди // Фонус. – 2001. – №3. – нояб. – с.36-47
171. Шахиди, М. Таджикские макамы в современной музыке мира / М.Шахиди // Фонус. – 2009. – №10. – июль. – с.22-25
172. Юнусова, Г. Путешествие в страну ремесел / Г.Юнусова // Азия плюс. – 2011. – №34(623). – 18 мая. – с.24