

**КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИХ НАУК
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЖУРНАЛИСТИКИ И МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ
СОЮЗ ЖУРНАЛИСТОВ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН
РЕДАКЦИЯ ГАЗЕТЫ «РЕСПУБЛИКА ТАТАРСТАН»
РЕДАКЦИЯ ГАЗЕТЫ «ВАТАНЫМ ТАТАРСТАН»**

Памяти первого декана факультета журналистики
Казанского университета Флорида Агзамова



**АГЗАМОВСКИЕ ЧТЕНИЯ – 2018
ЖУРНАЛИСТИКА В ЦИФРОВОМ ФОРМАТЕ**

**Сборник материалов и научных статей
Международной научно-практической конференции**

Казань, 15 февраля 2018 г.



**КАЗАНЬ
2019**

УДК 070
ББК 76
A23

*Печатается по решению Ученого совета
Института социально-философских наук и массовых коммуникаций
Казанского (Приволжского) федерального университета*

**Под научной редакцией
Е.С. Дорощук и В.З. Гарифуллина**

**Ответственный редактор
М.Х. Фатыхова**

A23 **Агзамовские чтения – 2018. Журналистика в цифровом формате.**
Сборник материалов и научных статей Международной научно-практической конференции (Казань, 15 февраля 2018 г.) / науч. ред. Е.С. Дорощук и В.З. Гарифуллин; отв. ред. М.Х. Фатыхова. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2019. – 316 с.

ISBN 978-5-00130-130-1

Сборник материалов и научных статей содержит доклады и научные статьи участников Международной научно-практической конференции «Агзамовские чтения – 2018», прошедшей в КФУ 15 февраля 2018 года. Предназначен исследователям медиа, ученым, студентам и аспирантам факультетов и отделений журналистики, всем, кого интересуют проблемы современной журналистики.

УДК 070
ББК 76

ISBN 978-5-00130-130-1

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ I. Журналист, ученый, педагог. Воспоминания о Флориде Агзамове.....	6
<i>Ратникова Р.А.</i> Слово об учителе.....	6
<i>Гарифуллин В.З.</i> Педагог, гуманист, тукаевед.....	9
<i>Низамов И.М.</i> Үзе язып өйрәтте (Флорид Әгъзәмов һәм “Ватаным Татарстан”).....	21
<i>Усманова Л.Р.</i> Гуманист, конструктивист и реформатор: у истоков возрождения национальной татарской журналистики.....	29
<i>Фатыхова М.Х.</i> Флорид Бикмәтле – үзе хикмәтле.....	32
Раздел II. Современное состояние и перспективы развития национальной журналистики: мировой и отечественный опыт.....	34
<i>Алтай Р.Г.</i> Төркиядә дәүләт телевидениесе эшчәнлеге: хокукый аспект.....	34
<i>Арсентьева Г.Л.</i> Опыт казанских радиостанций в Интернете....	53
<i>Газтдинова А.М.</i> Типологик үзенчәлекләрнең кабатланмас басма тудырудагы роле («Мәдәни жомга» газетасы мисалында).....	61
<i>Гарифуллин В.З.</i> Журналист Г. Максудов мирасы.....	67
<i>Гильманова А.Н., Закирова С.И.</i> Типология радиоканалов в Татарстане.....	76
<i>Гусейнова А.А.</i> Журнал «Сөембикә» как специализированное издание для женщин в медиасистеме Республики Татарстан.....	82
<i>Даутова Р.В.</i> Становление и развитие национальной тележурналистики: взгляд в преддверии юбилея татарского телевидения.....	85
<i>Зайни Р.Л.</i> Отражение темы семьи и брака в татарской периодической печати.....	98

Закирова Г.В., Волкова Р.Н. Матур әдәбият әсәрләре аша укучыларны әхлакый яктан тәрбияләү.....	104
Кашанова А.Ф. Современные исламские СМИ Татарстана: типология, тенденции развития.....	112
Нигматзянова Г.Н., Багирова Э.Г. СМИ как фактор нравственного воспитания дошкольников.....	117
Пивоварчик Т.А. Региональная газета и национальная журналистика: социолингвистический аспект.....	120
Потанов П.Ф. Мордовская журналистика на этапе становления новой общественной формации	132
Сабирова Л.Р. Милли мәгълүмат системасында яңача форматлар.....	142
Садретдинов Р.Р. Сөйләм культурасын саклауда дикторның роле.....	154
Сафаров Д.Н. Социальные сети: тенденции и прогнозы развития татароязычного контента.....	164
Сибгаева Ф.Р., Нурмухамметова Р.С. Мәгълүмат чараларында очрый торган лексик-семантик хаталар.....	168
Фаттахов И.Ф. “Ватаным Татарстан” газетасы: үткәннән бүгенгә.....	175
Фатхуллова К.С., Денмухамметова Э.Н. Развитие языковой компетенции студентов-журналистов с помощью татарских образовательных сайтов.....	188
Хафизова З.М., Антонова Л.М. Вакытлы матбугат чаралары аша педагогик процесста укучыларның ижади эшчәнленген оештыру.....	197
Хафизова З.М., Шихабиева А.Х. Укытучының һөнәри осталыгын күтәрүдә Риза Фәхреддиннең педагогик мирасын куллану.....	206

<i>Шарафиева Л.Р.</i> Радиожурналист – парламента. Мәгълүмат алу чыганақлары.....	214
Раздел III. Медиа в аспекте глобальной электронной коммуникации: проблемы и перспективы.....	220
<i>Баканов Р.П.</i> Проблематика выступлений телевизионного критика газеты «Труд» Сергея Беднова.....	220
<i>Ганеева Ф.Г.</i> Внутритекстовые связи как фактор формирования системы образов.....	237
<i>Дорошук Е.С., Иванова К.Е.</i> Мобилография в пространстве социальных сетей: к вопросу о становлении цифрового формата.....	247
<i>Зверева Е.А., Попова А.А.</i> Современные тренды журнального дизайна.....	259
<i>Мингазизова Г.С.</i> Спортивные интернет-СМИ в системе международной спортивно-массовой информации.....	269
<i>Мирошниченко А.И.</i> Современные тенденции развития мобильной журналистики в США.....	275
<i>Наговицина Т.А.</i> Фейковые новости как новый элемент мультимедийного контента.....	281
<i>Нгуен Тхи Няп Линь.</i> Корпункт национального радио «Голос Вьетнама» в России: особенности функционирования.....	286
<i>Фатыхова М.Х.</i> Роль и употребление неологизмов в электронных средствах массовой информации.....	295
<i>Шибут И.П.</i> Визуальные и интерактивные коммуникации как базовая составляющая обучения специалиста в области информации и коммуникации.....	303

РАЗДЕЛ I.
ЖУРНАЛИСТ. УЧЕНЫЙ. ПЕДАГОГ.
ВОСПОМИНАНИЯ О ФЛОРИДЕ АГЗАМОВЕ

Р.А. Ратникова

заместитель Председателя
Государственного Совета Республики Татарстан,
Председатель Союза журналистов РТ
г. Казань, Россия

©.Р.А. Ратникова

СЛОВО ОБ УЧИТЕЛЕ

Богатая история татарстанской и татарской журналистики тесно связана с именем выдающегося педагога, ученого и практика Флорида Имамахметовича Агзамова. Он получил высшее образование в Казанском университете и вернулся в это же учебное заведение в качестве заведующего кафедрой журналистики. Это было начало семидесятых годов прошлого века. Будучи студенткой этого отделения, я очень хорошо запомнила его интересные лекции. Читал он их спокойным, но уверенным голосом. Иногда делал паузы, будто проверяя, все ли мы внимательно прислушиваемся к его мыслям. Отдавая всего себя любимому делу, любимым студентам, он и от нас требовал самоотдачи в журналистской профессии...

С первых же лет работы Флорид Агзамов взял на себя самые сложные и серьезные предметы, такие, как «Введение в журналистику», «Методология исследования журналистики». Понимая важность знания будущими журналистами основополагающих принципов журналистики, он разрабатывал и читал спецкурсы, посвященные раскрытию функционирования в журналистике таких важнейших принципов, как гуманизм, интернационализм, посвящал этой проблематике свои научные статьи и монографии. Хотя существование этих принципов

в советской журналистике было тесно связано с главенствующей тогда идеологией, однако постулаты Агзамова, посвященные раскрытию сути этих принципов, остаются актуальными и по сей день.

Он уделял много внимания исследованию белых пятен в истории татарской журналистики. Книга Ф. Агзамова «Тукай – журналист», в которой творчество великого Тукая было раскрыто совершенно с новой для нашего общества стороны, является примером блестящего сочетания глубокой научности и яркой публицистичности.

Флорид Имамахметович считал, что невозможно в недрах одной маленькой кафедры в университете, занимающейся прежде всего образовательной деятельностью, вести всесторонние научные исследования сферы функционирования журналистики в нашем обществе. Эта его позиция становится все более актуальной в современный период развития СМИ. Ведь сейчас особую роль в процессах, происходящих в различных сферах жизни, стали играть средства массовой информации. В условиях, когда происходят коренные изменения в политической, социально-экономической сфере страны, когда продолжается процесс возрождения национального самосознания народов, претерпели изменения и некоторые основы функционирования местных, региональных, республиканских СМИ. Они являются не только источниками информации, но и выполняют функцию непрерывного обмена духовно-практическими ценностями, становятся важнейшим фактором стабильности в жизнедеятельности полиэтнического сообщества, сложившегося в регионах страны, в том числе и в Республике Татарстан.

Ф.И. Агзамов ставил серьезные задачи перед журналистской наукой. Он справедливо утверждал, что располагая богатейшей историей журналистики в республике, мы до сих пор не имеем обобщающей картины становления и развития печати, радио и телевидения. Актуальной задачей является создание многотомной истории средств массовой информации Татарстана и истории

татарской журналистики. Например, до сих пор системно не изучены сотни наименований татарских газет и журналов дооктябрьского периода. Советская и постсоветская журналистика региона также не подвергнута объективному научному анализу. Отсутствуют фундаментальные труды, направленные на обобщение и осмысление проблем функционирования журналистики в современных условиях. Имеется насущная необходимость научного изучения тенденций развития региональной журналистики, выработки рекомендаций для дальнейшего совершенствования журналистской практики.

Поэтому идея нашего учителя Ф.И. Агзамова о том, что университет мог бы стать центром исследований в области масс-медиа, требует своей дальнейшей реализации. Это и станет насущной задачей недавно созданной в университете Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций на базе бывшего журфака.

Говоря о заслугах Флорида Имамахметовича, нельзя также не упомянуть о его активной работе в Союзе журналистов Республики Татарстан, членом правления которого он был. Как наставник молодых журналистов, он стоял у истоков многих начинаний в деятельности нашей общественной организации.

Многое делается для сохранения памяти о первом декане факультета журналистики. Это – и переиздание его трудов, и создание книги воспоминаний о нем, и проведение ежегодной научно-практической конференции «Агзамовские чтения». В 2016 году, в год 80-летия нашего выдающегося учителя, состоялось торжественное открытие мемориальной доски на доме, в котором он проживал последние почти два десятка лет жизни. Открыта аудитория им. Ф.И. Агзамова в стенах Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций КФУ. Хочется надеяться, что все эти мероприятия дадут мощный импульс дальнейшему продвижению журналистской науки и образования в Казанском федеральном университете и в Республике Татарстан в целом.

В.З. Гарифуллин

д-р филол. наук, профессор

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© В.З. Гарифуллин

ПЕДАГОГ, ГУМАНИСТ, ТУКАЕВЕД

В статье анализируется научно-творческий и жизненный путь выдающегося организатора журналистского образования в Республике Татарстан Флорида Агзамова. Более трех десятков лет он возглавлял отделение журналистики Казанского университета, стал наставником многих поколений мастеров пера. Им создана казанская школа подготовки журналистских кадров, имеющая свое неповторимое лицо и четкое научно-педагогическое направление. Усилиями Агзамова была сформирована система подготовки журналистских кадров для национальных СМИ Татарстана с выпускающей кафедрой и сильным педагогическим коллективом, способным создать учебные и учебно-методические пособия для татароязычных студентов. Ему удалось достичь гармоничного сочетания теоретической подготовки студентов с практической обученностью. Ф. Агзамов является автором многочисленных монографий, посвященных теории журналистики, истории татарской периодической печати.

Ключевые слова: Флорид Агзамов, журналистика, история, факультет, декан, гуманизм.

Abstract: The article analyzes the scientific, creative and life path of the outstanding organizer of journalism education in the Republic of Tatarstan Florid Agzamov. More than three decades, he headed the journalism Department of Kazan University, became a mentor for many generations of masters of pen. He created the Kazan school of training of journalists, which has its own unique face and a clear scientific and pedagogical direction. Efforts Agzamov has developed a system of

training of journalists for the national media of the Republic of Tatarstan with the issuing Department and strong teaching staff who are able to create educational and training manuals for tataroyazychnyh students. He managed to achieve a harmonious combination of theoretical training of students with their practical training. F. Agzamov is the author of numerous monographs on the theory of journalism, the history of the Tatar periodical press.

Keywords: Florid Agzamov, journalism, history, faculty, Dean, humanism.

Стало доброй традицией проведение ежегодной научно-практической конференции, посвященной памяти первого декана факультета журналистики Казанского университета Флорида Имамахметовича Агзамова. Более трех десятков лет Ф.И. Агзамов возглавлял отделение журналистики Казанского университета, стал наставником многих поколений мастеров пера Республики Татарстан и Поволжья. В свои 50 лет он завершил фундаментальный труд, посвященный публицистической деятельности Габдуллы Тукая и в 1986 году, к 100-летию со дня рождения классика татарской литературы, была издана его книга «Тукай – журналист». Именно в этом фундаментальном труде впервые был всесторонне изучен важнейший аспект творчества великого творца – журналистско-публицистический. Эта книга стала вершиной научно-педагогической деятельности Флорида Агзамова. А на пути к этой вершине пришлось пройти через большие испытания жизни...

Он родился 11 февраля 1936 года в деревне Бикметово Чекмагушевского района Башкирии. Пройдут годы, и название его родной деревни станет одним из псевдонимов журналиста Агзамова.

Чрезвычайно трудное детство пришлось пережить ему. Отца он почти не помнил. В самые первые дни войны работавший председателем колхоза Имамахмет Агзамов ушел на фронт и больше

не вернулся. Юному Флориду приходилось испытывать на себе все тяготы, голод и холод деревни военной поры. Даже свой небольшой рост Флорид Имамахметович полушутя аргументировал причиной голодного детства. Однако это не помешало ему с Золотой медалью окончить школу. Мечтал он о поэтической стезе, ибо очень любил поэзию: татарскую, русскую, мировую. Флорид был влюблен в творчество Габдуллы Тукая. Основные поэтические произведения своего кумира он знал наизусть. Односельчане вспоминают, как в холодном деревенском клубе они часами наслаждались, слушая поэмы Тукая в исполнении маленького Флорида. Читал он землякам и стихи собственного сочинения...

Большое стремление стать похожим на Тукая и привело Флорида в Мекку татарского народа, в город Казань. С первой же попытки он смог поступить на историко-филологический факультет легендарного Казанского университета. Однако и здесь его ожидали будни голодного студента послевоенной поры. Приходилось совмещать учебу с тяжелым физическим трудом, Флорид вместе с однокашниками частенько разгружал по ночам вагоны. По прошествии многих лет он не переставал удивляться тому, как эти парни и девчата, а среди них были и фронтовики в солдатских гимнастерках, упорно вгрызались в науку. Да и учителя-наставники были непростыми, большими личностями на небосклоне татарской общественной, научной и литературной жизни: Якуб Агишев, Латиф Заляй, Хатип Усманов, Ибрагим Нуруллин, Дильяра Тумашева, Мирфатих Закиев... Именно из их рук достойно приняло эстафету поколение агзамовых, они и составили костяк интеллигенции в нашей республике во второй половине прошлого века.

В те годы в университете не было отделения журналистики и наиболее одаренных студентов из числа филологов направляли на работу в редакции газет и журналов. Партия определила Агзамова, успешно окончившего университет в 1959 году, в редакцию

пестречинской районной газеты. С этого времени весь его жизненный путь был накрепко связан с журналистикой.

«Вторым Тукаем мне не суждено было стать», – шутил позже Флорид Имамахметович, вспоминая первые самостоятельные шаги в жизни. Талантливому работнику пера быстро примечают, не проходит и года, он уже сотрудник одного из ведущих изданий республики – газеты «Совет Татарстаны» (позже «Социалистик Татарстан»). Вскоре он стал заведовать здесь отделом литературы и искусства.

С особым упоением рассказывал он позже своим ученикам об этом периоде жизни. Ведь приходилось находиться в самом центре культурной и литературной жизни Татарстана. Общался он тогда со многими известными личностями в области литературы и искусства – поэтами и писателями, композиторами и певцами. Частенько писал рецензии к новым творческим работам тогдашних мастеров пера, многие из которых ныне считаются классиками. Организовывал Агзамов круглые столы, заседания редколлегии по актуальным проблемам культуры, выступал с докладами в писательской среде.

Многому научил молодого газетчика и главный редактор, легендарная личность в журналистике, Шамси Хабибуллович Хамматов, заместителем которого и стал вскоре Ф.И. Агзамов.

Крутой поворот в жизни Флорида случается в 1968 году. С подачи члена обкома Хамматова его направляют в Москву, в аспирантуру Академии общественных наук. После ее окончания вездесущее око партии опять зорко следит за дальнейшим ростом карьеры новоиспеченного специалиста высшей квалификации и в 1972 году Ф.И. Агзамову поручено возглавить отделение журналистики КГУ. Более тридцати лет он успешно работал на этом поприще. Основанный Ф.И. Агзамовым факультет журналистики стал известным центром исследований теории и истории

региональной и национальной журналистики, а сформировавшаяся под руководством Флорида Имамахметовича казанская школа журналистики прославилась на всю страну. Известные деятели современной журналистики – главный редактор «Российской газеты» Владислав Фронин, заместитель Председателя Государственного Совета Республики Татарстан, председатель Союза журналистов Республики Татарстан Римма Ратникова, профессор Высшей школы экономики (Москва) Анна Качкаева, руководители республиканских СМИ Ильшат Аминов, Миляуша Айтуганова, Фирдус Гималтдинов, Александр Латышев, Венера Якупова, Шамиль Садыков, Хазбулат Шамсутдинов, мастера телеэкрана Фарида Курбангалиева, Станислав Назаров, Дмитрий Второв, Сергей Шерстнев, Дмитрий Пивоваров, Зуфар Закиров, Ильдар Киямов, известные радиожурналисты Ракип Гаффар, Насим Акмал, Разин Нуруллин являются учениками Ф.И. Агзамова.

Большой вклад Флорид Имамахметович внес и в подготовку национальных кадров. Его воспитанники Марсель Галеев, Набира Гиматдинова, Вахит Имамов стали лауреатами Государственной премии имени Габдуллы Тукая. Большинство республиканских газет и журналов на татарском языке успешно возглавляют сегодня ученики Ф.И. Агзамова. Среди них Минназим Сепперов, Атлас Гафиятов, Ильдар Сагдатшин, Ранис Газизов, Раиф Усманов, Гульнара Сабирова, Данил Сафаров, Мирхади Разов и др. Основанная Агзамовым кафедра татарской журналистики стала известным центром исследований теории и истории татарской журналистики,

Имея большой опыт журналистской работы, Агзамов требовал и от других коллег наличия постоянной журналистской практики. В учебном процессе на отделении журналистики гармонично сочетались теория и практика, была налажена тесная связь с работодателями. Впервые в стране Флорид Имамахметович смог

добиться того, что в учебные планы и расписание занятий на отделении журналистики дополнительно к летней производственной практике была введена регулярная внутрисеместровая работа в редакциях. И сегодня в Казанском федеральном университете мы стараемся не терять эту важную составляющую подготовки будущих журналистов.

«Мы должны быть «играющими тренерами»», – постоянно твердил Флорид Агзамов. Сам же показывал пример. С его легкой руки, организованная для студенческой практики учебная газета «Магрифат» превратилась в общереспубликанское издание, набрав двадцатитысячный тираж. В 90-ые годы фельетоны Агзамова, опубликованные под псевдонимом «Бикмэтле», стали популярными среди читателей этой газеты. До конца своей жизни он состоял членом редколлегии журнала «Татарстан» и работал в этом издании в качестве штатного сотрудника.

Многие годы Ф.И. Агзамов был членом учебно-методической ассоциации по журналистике Министерства образования РФ, членом президиума Союза журналистов РТ, председателем комиссии по работе с молодыми журналистами. Он принимал активное участие в деятельности Академии наук Республики Татарстан, в течение четверти века был незаменимым составителем настенных календарей на татарском языке, признанным переводчиком в области общественно-политической литературы. В 1982 году за плодотворную переводческую деятельность он стал лауреатом республиканской журналистской премии имени Хусаина Ямашева. В 2004 году был отмечен гран-при республиканского конкурса журналистов «Бэллур калэм – Хрустальное перо». Стал Заслуженным преподавателем Казанского университета.

В течение всей своей жизни Флорид Имамахметович вел плодотворную научно-исследовательскую работу в области теории журналистики. Им опубликован ряд книг, посвященных одному

из важнейших принципов журналистики – принципу гуманизма, изучению журналистского наследия Габдуллы Тукая, анализу состояния современной татарской журналистики. Среди них такие, как: «Журналистское исследование активности личности», «Гуманизм советской журналистики», «Печать – пропагандист идеи дружбы народов», «Ленинские принципы журналистики в действии», «Животворная сила», «В центре внимания – Человек», «Тукай – журналист».

С первых дней работы на кафедре Агзамов заложил начало системного исследования богатой истории татарской журналистики. Было издано несколько сборников по истории национальной журналистики. Сам он написал несколько фундаментальных статей по научной классификации этапов становления и развития татарской журналистики.

В 1986 году, к 100-летию со дня рождения классика татарской литературы Габдуллы Тукая, была издана книга «Тукай – журналист» [1]. Именно в этом монографическом труде впервые был научно изучен важнейший аспект творчества великого творца. Определяя прогрессивную роль Тукая в развитии общественно-политической мысли своего народа, Ф.И. Агзамов пишет: «В его (Тукая) творчестве есть большой общественно-политический, эстетический и этический идеал, есть социальный опыт, накопленный народными массами на путях достижения этих идеалов, есть пламенный призыв их к свободе, братству, знаниям, словом, прогрессу. Главная магистраль творчества Тукая–публициста – проблемы, связанные с судьбой народа, раздумья о путях прогресса во всех областях жизни, поддержка любого ростка нового» [1, с. 260].

Творчество Тукая можно без преувеличения назвать энциклопедией национальной жизни начала XX века. Пожалуй, не было такой области в общественной, политической и культурной жизни того времени, где бы ни чувствовалось влияние этого великого публициста. Деятельность выпускаемых на татарском языке

в Уральске и Казани газет и журналов была тесно связана с именем Тукая. С 1904 года, когда в рукописном журнале “Эл-гаср эл-жәдид” («Новый век») появились первые его произведения, и по 1913 год, когда жестокая болезнь свела двадцатисемилетнего поэта в могилу, им создано множество фельетонов, памфлетов и публицистических статей.

Тукай рано осознал свою миссию: сделать публицистику средством борьбы за повышение национального самосознания, вырвать молодое поколение из-под власти муштровки старометодных школ и приобщить его к литературе общечеловеческих ценностей. Отсюда – неутомимая деятельность Тукая как фактического редактора журналов, острого полемиста, популярного лектора, составителя и, в сущности, единоличного автора книг для детского чтения. И все это буквально до последнего дыхания.

Тукай большую роль в деле просвещения отводил критике. Ф.И. Агзамов отмечает: «Тукай в своей публицистике, как и в прочем поэтическом творчестве, заговорил критическим словом. Его первые же произведения способствовали развертыванию сатиры в татарской журналистике» [1, с. 58].

Перечитывая Тукая, Флорид Агзамов поминутно удивляется не только мастерству его как публициста, но и непреходящей созвучности современности его взглядов и мыслей, тому, как сегодня углубляются и развиваются заложенные им традиции. Современная татарская публицистика обогатила эти традиции масштабностью и полифонизмом. Тенденции журналистской деятельности настоящего дня несут в себе духовные изменения, порожденные новым этапом в развитии человечества.

Как пишет Ф.И. Агзамов, во всей многогранной публицистике Г. Тукая ярко отражаются гуманистические принципы и традиции. Для него, поэта и публициста, много значили славные традиции просвещения татарского народа, в которых были заключены общечеловеческие нравственные ценности. Тукай считал основным

для достижения прогресса распространение среди народа литературы, искусства, развитие печати. Об этом он пишет в статье «Умерла ли наша нация или она только спит» [1, с. 145]. Тукай убежден, что народ пребывает в забвении и стимулом к полноценной, радостной жизни может послужить лишь всестороннее развитие культуры. Особые надежды Тукай связывал с ростом числа газет и журналов, с проникновением печатного слова в повседневную жизнь каждого человека. Доказательством этому являются строки из статьи: «Давайте окропим нашу нацию душистым нектаром цветов литературы, овеваем ее мягким ветерком газетных вееров и вольем в ее уста живительную влагу объединения и совместного труда; вдохновим ее музыкой, усаждающей душу, в ярких картинах отразим ее собственное лицо» [1, с. 146].

Таким образом, Флорид Агзамов впервые так ярко и выпукло, научно обоснованно раскрыл, насколько Тукай был блистательным публицистом, яростным и беспощадным полемистом, тонким критиком и терпеливым, мудрым воспитателем. Его публицистика относится к лучшим страницам отечественной журналистики. Флорид Агзамов определяет и задачи перед будущими тукаеведами: определение места и роли нашего классика в становлении и развитии журналистики у тюркских народов, изучение влияния газет и журналов, издававшихся под руководством Тукая, на другие издания и на развитие общественной мысли народов России, сравнительное изучение взглядов Тукая относительно развития национальной журналистики в сравнении с другими теоретиками и практиками журналистики, исследование роли Тукая в становлении и развитии публицистического стиля татарского литературного языка, а также обобщение опыта Тукая как переводчика общественно-политической литературы. Решение некоторых задач, поставленных Агзамовым перед своими последователями, мы найдем в большом академическом издании, подготовленном к 130-летию

поэта Институтом языка, литературы и искусства имени Г. Ибрагимова Академии наук Республики Татарстан, «Энциклопедии Тукая» [2]. К слову, в свое время Флорид Агзамов был членом рабочей группы, стоявшей у истоков подготовки этой Энциклопедии...

Монографический труд «Журналистское исследование активности личности», изданный в Казанском университете в 1989 году, уже в пору перестройки, посвящен анализу роли журналистики в повышении значимости отдельного человека, личности в быту, производстве, общественной жизни [3]. В это время слова о повышении роли человеческого фактора были на устах у многих. Но зачастую они так и оставались пустыми словами, не подкрепленными конкретными действиями. Агзамов же в своей книге сумел разложить то, под влиянием каких условий этот самый человеческий фактор может проявить себя. В первую очередь ученый исследует участие журналистики, как центральной, так и местной, в улучшении условий труда и быта людей в контексте социальной программы достижения единства индивида и общества. Исследуя деятельность конкретных журналистов в этом направлении, автор приходит к выводу о том, что основной целью развития производства в рыночных условиях, которые уже начали проявлять себя в нашей стране к этому времени, не должно быть просто повышение объема продукции, но, в первую очередь, обогащение содержания труда человека, раскрытие его творческих возможностей. Необходимо учитывать, не наносит ли эта интенсификация вред техногенной среде, насколько производство соответствует требованиям эргономики, целью которой должно быть повышение привлекательности этого труда [3, с. 65].

«Отношение к труду – не единственный критерий активности людей, – пишет исследователь. – Их личность формируется и ее сущностные силы проявляются и в других видах деятельности,

в частности, в общественно-политическом и духовно-идеологическом» [3, с. 65]. Степень проявления личности и личностных качеств во всех этих видах деятельности стимулируется прежде всего посредством участия средств массовой информации, что убедительно доказано Агзамовым в анализируемой нами книге.

Монографическое исследование Ф.И. Агзамова «Гуманизм советской журналистики» посвящено функционированию этого важнейшего принципа журналистики в нашей стране в период верховенства коммунистической идеологии [4]. Естественно оно написано в идеологических рамках той эпохи. Вместе с тем основная мысль книги заключается в том, что в любые, даже самые трудные периоды развития общества, основной задачей журналистики непреклонно остается бережное отношение к общечеловеческим ценностям. Одной из центральных идей, пронизывающих данное исследование, является мысль выдающегося советского востоковеда, академика Николая Иосифовича Конрада: «Гуманизм является идеей по своему общественному содержанию, может быть, важнейшей из великих идей, выдвинутых человечеством на протяжении многих тысячелетий его истории. Идея гуманизма – результат огромного исторического опыта в его наиболее глубоком восприятии, результат познания человеком в процессе такого опыта самого себя, своих общественных задач» [4, с. 14].

Флорид Ахметович неоднократно подчеркивает, что одним из основных принципов в деятельности журналиста является принцип «Не навреди!». Автор предостерегает мастеров пера от агрессивного вторжения в личную жизнь человека, оскорбления его личного достоинства. «Любить человека!» – так, с восклицательным знаком, сформировал смысл гражданской и творческой судьбы многих журналистов советского периода Ф.И. Агзамов.

Эти идеи являются особенно актуальными в наши дни, в период информационных войн, разрушающих представление человека о справедливости, гуманности, человеколюбии.

В другой своей книге под названием «В центре внимания – Человек» Флорид Агзамов на примере деятельности татарских журналистов-очеркистов Гарифа Ахунова, Марсея Зарипова, Мадины Маликовой, Ильдара Низамова, Равиля Валиева и других мастеров пера раскрывает проявление принципа гуманизма в журналистской практике. Из книги видно, насколько эмоционально авторы очерков сопереживают радость и горе своих героев, насколько активно они живут интересами своих читателей, своих героев [5].

«В центре внимания – Человек». Такими же словами можно было бы определить и кредо жизни Флорида Агзамова. В центре его внимания всегда был человек, а как педагога, в первую очередь, студент. Он активно внедрял в жизнь практику индивидуального, лично-ориентированного подхода к обучению студентов-журналистов. В основе этого подхода лежат общие гуманистические традиции в образовании, заложенные величайшими классиками педагогики. Флорид Ахметович знал своих студентов по именам, живо интересовался их проблемами, потребностями, в дальнейшем постоянно следил за жизнью и творчеством многих своих выпускников, регулярно подправляя их действия, наставляя на правильный путь.

Таким образом, на вершину образовательного процесса выдвигается личность, обучение превращается в диалог и сотворчество педагога-профессионала, мастера своего дела со своим учеником.

Литература:

1. Агзамов Ф.И. Тукай – журналист. Казан: Татар. кит. нәшр., 1986.
2. Габдулла Тукай. Энциклопедия / Под. ред. З.З. Рамиева. Ред. коллегия: Д.М. Абдуллина, М.Г. Арсланов, А.Г. Ахмадуллин,

Л.Ш. Галиева, Т.Н. Галиуллин, В.З. Гарифуллин и др. Казань: ИЯЛИ им. Г. Ибрагимова, 2016.

3. Агзамов Ф.И. Журналистское исследование активности личности. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 1989.

4. Агзамов Ф.И. Гуманизм советской журналистики. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 1984.

5. Әгъзамов Ф.И. Үзәктә – кеше. Казан: Татар. кит. нәшр., 1981.

И.М. Низамов

д-р филол. наук, профессор

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© И.М. Низамов

ҮЗЕ ЯЗЫП ӨЙРӘТТЕ

(Флорид Әгъзәмов һәм “Ватаным Татарстан”)

Быел Флорид Әгъзәмовны искә алу олуг юбилейлар – аның тәржемәи хәлендә зур урын тоткан “Ватаным Татарстан” һәм “Кызыл таң” газетларының 100 еллыгы вакыйгаларына туры килә. Бу тарихи әһәмиятле чараларны үткәргәндә аның лаеклы өлеше дә бик хаклы искә алына. Без аның “Ватаным Татарстан” газеты белән бәйләнешенә махсус тукталырга булдык. Бу журналистларның осталыгын үстерү, яшь ижәтчыларны тәрбияләүдә фәнни һәм гамәли әһәмиятле, актуаль мәсьәлә.

Флорид Имамәхмәт улы Әгъзәмов белән без кордашлар идек; ярты гасыр диярлек журналистикада бергә эшләп, якыннан аралашып яшәдек. Ул миннән жиде айга өлкәнрәк иде. Көндәлек яшәештә без моны сизмәсәк тә, гадәт кушканча “абый”, энем” дип дәшешмәсәк тә мин бу аерманы тоеп яшәдем. Хәзер уйлыйм: ул чыннан да бөтен яклап миннән өлкәнрәк, гомер буге миңа абый булган икән. Ә яшьлек мохите әлләни аермалы булмаган үзе – ул Башкортстанның Чакмагыш төбәгендә авылда үсеп, саф татарча шигыр, мәкаләләр яза

башлап, аларны шундагы газетта бастырып; урта мәктәпне тәмамлап, күптәнге хыялы Казан университетына укырга кергән; мин – Татарстанның Казан артындагы авылында үсеп шулай ук татар телендә шигырь, мәкаләләр язып, аларны “Яшь сталинчы” газетында бастырып, аннары Казан елга техникумында укып, аны тәмамлагач, Флоридның туган илендә, Агыйделдә штурман булып эшли башлап, язуны Уфада татарча чыга торган “Кызыл таң” газетында дәвам иттергәнмен, туган илем белән, анда чыккан газет-журналлар белән дә элемтәне өзмәгәнмен.

Университетны тәмамлагач, Флорид журналист эшенә шундук тотына – Питрәч район газетында. Башка газетларга да өлгерә. Күрәп белмәсәм дә язмаларын күзәтә башлаганымны хәтерлим. Үзем дә “Кызыл таң” газетына эшкә күчеп, Башкорт университетының татар бүлегендә дә укыдым. Флорид та район газеты чирканчыгында озак булмады; башын калкыта, каләмен чарлый төшкәч, аны “Социалистик Татарстан”га эшкә алдылар. Андагы язмалары инде, туган ягы Башкортстанга да, безгә дә таныш була башлады. Аның туган ягына тартылып, мөмкин булган саен кайтырга омтылуы табигыйдер, шул арада ике журналистның очрашуы бер-берсенә кардәш диярлек ике газет белән бәйләнешләре булуы да бик табигыйдер. Димәк ки, алтмышынчы еллардан ук без аның белән аерылгысыз аралаша башладык, ижади, гаиләи дуслыгыбыз гомер буена сузылып, үрелеп китте. Ул еллардагы бәйләнешебез турында язганым бар иде инде. Әле менә шушы арада гына архивны барлап утырганда каләмдәшемнең “Кызыл таң”да басылган язмасын табып алдым. Без аны Флорид эш белән Башкортстанга кайткач, “Социалистик Татарстан”ның чыга башлавына 50 ел тулу уңаеннан сорап алган идек. Язма бүген дә әһәмиятен югалтмаган. Безнең язмыш охшаш, әлләни аерма юк кебек тоелса да, бар икән! Флорид туган илен-төбәген бик тә яратып, гомер буге туган нигезен сагынып, аңа талпыгып яшәсә дә кире кайтып төпләнә алмады. Мина,

шөкер, туган илемә, Казаньма кайтып, гомеремне азагынача шунда үткәергә насып булды. Бер килсә килә бит ул: мин Шәмси абый Хамматов, Флорид булышыгы белән Казанга кайтып, “Социалистик Татарстан” газетында төпләнеп, Флорид белән шактый бергә эшләп алгач, Шәмси абый икебезне дә Мәскәүгә укырга жибәрде: аны Ижтимагый фәннәр академиясенә, мине Югары партия мәктәбенә. Башкалада да дәрәскә йөрүдән бигрәк күбрәк архивларда утырып, аралашып яшәдек. Ул тарих фәннәре кандидаты дәрәжәсенә диссертация яклап кайтты. Эшкә дә аны, фәнни юнәлештә, Казан университетына тәгаенләделәр. Минә Татарстан китап нәшриятенә бүлек мөдире итеп билгеләделәр; кайта кайтышка шул университетның татар теле бүлегенә аспирантурага кердем, журналистика бүлегендә дәрәсләр бирә башладым. Флорид белән тагын да якынаю моның белән генә түгел иде – фәнни темаларыбыз берникадәр аерылса да төп кыйблабыз бер – журналистика эшчәнлегә һәм фәне, бу һөнәргә укыту эше; аннары безне тәржемә эше дә берләштерә иде. Татарстан китап нәшрияте ул елларда тәржемә эшчәнлегенәң үзәге иде, классикларның, хөкүмәтнең, партиянең иң житди документ, әсәрләре шушында тәржемә ителеп бастырып чыгарыла иде. Флорид Әгъзәмов тәжрибәле тәржемәче буларак бу жаваплы эшнең үзәгендә иде. Мин исә сәяси-ижтимагый әдәбият бүлегә мөдире буларак шул эшчәнлеккә административ житәкчелек итүче. Тәржемәгә бәйле проблемалар икебезгә дә кагыла булып чыкты, аны бер үзәктә хәл итү кирәк дигән нәтижәгә килдек – КДУ да журналистика факультетында тәржемә кафедрасы ачу нияте туды. Шуны да күздә тотыптыр инде мине университетка күчәргә кодаладылар. Ул вакытка инде мин филология фәннәре кандидаты дәрәжәсенә диссертация яклап, университетта төп курсларны укыта башлаган идем. 1987 елның ноябрәннән татар журналистикасы кафедрасында өлкән укытучы сыйфатында (аннары, шунда доцент, профессор вазыйфаларында) турыдан-туры аның мөдире

Флорид Әгъзәмов кул астында эшләп киттем. Шуннан инде без Флоридның вафатынача аерылышмадык.

Журналист, жәмәгать эшлеклесе, галим, педагог Флорид Имамәхмәт улы Әгъзәмов киң колачлы, төрле юнәлешле хезмәт кешесе иде. Безне ул бик күп нәрсәгә өйрәтеп калдырды. Аның тарихи йөзен, эшчәнлеген ачыклау-анализлауга багышланган фәнни, гамәли чараларның, әйттик, менә шушындый конференцияләрнең аңа карата төрле темаларны колачлавы табигый хәлдер. Үземә дә моңарчы да хезмәттәшебез, остазыбызның тәржемәи хәлен төрле өлкәдә, төрле юнәлешләрдә ачыкларга, тасвирларга туры килгәнә булды. Галим һәм педагогның төрле юнәлешләрдәгә эшчәнлеген тирәнтен анализлап, киләчәк буыннарга калдыру юлында бөтен мөмкинлекләренә, шул жөмләдән менә бүгенгедәй фәнни-гамәли чараларны да файдалану әһәмиятле. Бу юнәлештә безгә инде мәгълүм гомуми бәяләмәләренә, ачыкланган мәсьәләләренә кабатламыйча, остазыбызның мул тәҗрибәсенә яңа кырларын ачарга, яңа мәсьәләләрнең чишелешенә житди әһәмият бирергә кирәк. Шәхсән үзем менә бүгенгә чара турында ишеткәч, аны оештыручыларга ихластан рәхмәт әйтеп, остазыбызның эле яктыртылып бетмәгән якларын күз алдына китерергә тырыштым: бар икән бит эле мөгаллимәбезнең бүген барыбызга да кирәкле булып та игътибар биреп житкерелмәгән сыйфатлары! Мәсәлән, аның безнең төп хезмәт урыны бер гезетка карата мөнәсәбәте, бу кыйблада эшчәнлегенә турында тирәнтен уйланырга, үзенә бер система белән фәнни анализ ясарга кирәктер. Бүген моңа форсат та чыгып тора. Ул багланыш тоткан “Ватаным Татарстан” газета юбилее, чыга башлавына 100 ел тулу вакыйгасы.

Вафатына нәкъ биш ел үтеп киткән булса да (04.12.2005) каләмдәшебез, хезмәттәшебез Флорит Әгъзәмов әле кичәгедәй безнең арада: Казан федераль университетының журналистика һәм социология факультетында (ул аның беренче деканы), татар

журналистикасы кафедрасында (ул аның беренче мөдире) исемен аеруча еш искә төшерәләр; бүлмәләрдә – портреты, стендларда – студентлары, хезмәттәшләре белән төшкән сурәтләре. Редакцияләрдә, радио, телевидениеләрдә, агентлык, матбугат үзәкләрендә дә шәкертләре теленнән төшми; китапханәләрдә студет халкы китап-хезмәтләрен сораудан туктамый.

Бу көннәрдә журналистика, әдәбият, мәдәният жәмәгатьчелеге аның тууына 82 ел тулу вагыйгасы уңаеннан да исемен еш телгә ала. “Әгъзәмеv укулары”ның башланып китүе, быел менә шул чара кысасында халыкара конференция үткәрелүе зур фәнни әһәмияткә ия.

Игътибарны бер факт биләми калмый: аның хақындагы язма, әңгәмә, хәтирә темалары бик күп төрле. Чыннан да бик тә колачлы, күпкырлы белгеч, төрле яклы шәхес иде шул: журналист-публицист та, педагог, галим дә. Чын-чыннан татарның житмеш төрле һөнәргә ия баласы иде. Үземә генә дә аның ижатының берничә тармагын анализлап чыгыш, язмалар тәкъдим итәргә насыйп булды. Фельеточы осталыгын тасвирладык; “Татар энциклопедиясе”ндә аңа багышланган мәкаләдә Флорит Әгъзәмеv “тәржемәче” дип тә тәгаенләнгән. Аның бу ижади эшчәнлегенә халыкара конференциядә доклад сөйләдем.

Хәзер килеп тагын “Ватаным”а кайтыйк. Архивымда ике стенгазет сакланган. Болар кулдан язылган кәгазь кисәкләре түгел, чын газет, анда да әле әлек бик сирәк очрый торган төсле фотолар белән бизәлгән, сигез битле саллы газетлар. Әлек олы бәйрәмнәр уңаеннан илкүләм, республикакүләм газетлар гына шулай купшы, тантаналы итеп чыгарыла иде. Болар “Ватаным Татарстан” (ул елларда “Социалистик Татарстан”) газетының, чыга башлавына 50 һәм 60 ел тулу уңаеннан типографиядә бастырылган “Журналист” исемле стенгазетлар. Газетыбызның 100 яше уңаеннан әлләкүпме хәтирәне искә төшергән, кыйммәтен әле дә һич киметмәгән кадерле

ядкәрләрне яңартырга сәбәп чыгуға сөенеп, аларны күңелдә яшәтеп алган идек. Флоридны искә төшергән мизгелләрне яңартыйк.

Әлбәттә инде, газет битенең иң түрендә “түрәләр” – редколлегия. Һәркайсы шул чагындагы кыяфәте, ачык чырае, холкы-фигыле белән күз алдына килеп баса. Тик күбесен инде бүген очратып, ул чактагы кебек сөйләшеп булмый. Күпчелеге арабызда юк. Урыннары оҗмахтадыр. Шулай да укучим күпсенмәсен – барысының да исемен генә булса да атап чыгыйм. Фотодагы тәртип белән рәсемастында язылганча атыйм: Миншәих Зәбиров, Гарәф Шәрәфетдинов, Алмаз Әхметов, Мөдәррис Мостафин, Зәйни Төхфәтуллин, Шәмси Хамматов, Рафак Тимергалин, Флорид Әгъзамов, Зариф Габитов, Заһид Хөснетдинов, Заһидулла Шәфигуллин. Минә рәсми рәвештә эшкә кабул иткәндә алар менә шушы тәртиптә утыралар иде бугай. 1968 елның 10 сентябрәндә Уфадан “Кызыл таң” газетыннан турыдан-туры эштән самолетка чаптым, аннан Казанда тирләп-пешеп туры редакциягә. Утырыш башланган иде. Шәмси абый минә каршыларына утыртты. Үзе кәгаздән фәрманын укып китте. Бетергәч, карашын барысына күчереп, тынып калды. Зәйни абый бик басынкы тавыш белән, шикләнебрәк “Әле эшләп тә карамаган килеш, сразы өлкән сотрудник итеп мени?” диде. Рафак абыйның тавышы көррәк иде: “Ничек эшләп карамасын, ничә ел инде материалларын мактый-мактый басабыз”, диде. Флорид белән Гарәф абый да хуплау сүзләре кыстырды. Шәмси абый бүтән сүз куертып тормады, фәрман кәгазенә имзасын салып, аны читкәрәк этәрәп, бүтән кәгазгә үрелде.

Оста язучыларны редколлегия әгъзаларыннан ук атамавым белән гөнаһлы булам. Шәмси абыйның үзенең өзлексез йөрәп, үзе генә дә, хезмәттәшләре белән бергәләп тә күп язган чоры. Газетның Гарәф Шәрәфетдинев, Заһидулла Шәфигуллин, Шәйх Зәбиров, Флорид Әгъзамовларның язмалары урнашмаган бер санын да күрмәссең!

Ә киләчәктә “Бикмәтле” дигән кушамат белән атказаначак фельетончы Флоридыбызның юмор сәләте ачылган бит: хезмәттәшләренә пародияләр багышлаган булган;

Флорид “Ватаным”нан Мәскәүгә аспирантурага китә, диссертация яклап кайткач, аны униерситетка журналистика бүлеген оештырырга жиберәләр. Ул газеты белән бәйләнешен гомер буге өзми. Менә кулымда аның китаплары: Ш.Хамматов, Ф.Әгъзәмов. Матбугат – дуслык байракчысы (Казан: Татарстан китап нәшрияты, 1970. Бу мин әле редакциядә эшлэгәндә чыккан китап. Матбугатка кереп кенә барган, аның тарихы, үзәң эшлэгән газетның тарихы белән чынлап торган кызыксынган вакытта дәреслеккә торган, житмәсә әле үзөбезнең рухи хужаларыбыз да язган, житмәсә әле кадерле кешеләремнең автографлары) бүлөк тә ителгән андый китап бик тә кадерле иде. Менә Флоридның “Тукай – журналист” (1986) китабы. (“Илдар дуслым! Синәң рухландыргыч булышыгыңны гел генә тоеп яшим. Зур рәхмәт хисләре белән, яңа ижат уңышлары теләп, Флорид. 4 март 1986”); Менә ничә еллар дәреслек сыйфатында кулланылган “Үзәктә – кеше” (1981) китабы.(автограф язып бүлөк ителгән). Монда журналистика галиме житмешенче елларда басылып чыккан унлап очерк жыентыгына күзәтү ясый. Жыентык булып чыкканчы ул очерклар башлыча “Социалистик Татарстан”да дөнъя күргән. Әйттик, минем ул бәялэгән “Илдә мин дә сандугач” (1978) жыентыгындагы ун очеркның барысы да “Соц.Татарстан”да “туган” иде. Аннары: галим жыентыгында тарихи әһәмиятле мондый фикер бәян ителгән: “Республикабызда очерк һәм гомумән документаль әдәбият өлкәсендә актив эшләүче зур гына бер төркем язучы һәм журналист өлгерде”. Егерме биш ижатчы санала. Күпчелеге “Социалистик Татарстан”ның актив авторлары һәм хезмәткәрләре.

Журналистика галиме димәктән, Ф. Әгъзәмов газет эшчәнлегендә һөнәри кыйблада да актив катнашты. Аның тырышылыгы белән “Редакциядә ижат көне” махсус курсы кертелеп,

аның программасын һәм методикасын булдыруда үзем дә катнашканга, студентларның практика үтү лабораториясе итеп “Ватаным Татарстан”ны да билгеләп, атнаның бер көнендә редакциядә, аның иҗат мөхитендә, күренекле каләм осталары канаты астында иҗат итү мөмкинлеген алдык.

Менә архивымны барлаганда юлыккан берничә мисал гына: “1962 ел. Журналистика бүлегенң тәрҗемәи хәле шушы датадан башланды. Кафедра алдында укытучылар табу, хәзерләү мәсьәләсе кискен килеп басты. Бүлек ачылуға сөенүчеләрдән һәм кафедра белән хезмәттәшлек итәргә беренчеләрдән теләк белдерүчеләрдән республика газетлары “Социалистик Татарстан” һәм «Советская Татария» газетлары редакторлары Ш.Х. Хамматов һәм А.И. Клименков, һәм шул газетларның журналистлары булды. Соңыннан да бу хезмәттәшлекне Е.А. Лисин, Р.М. Сабиров, М.А. Әһлиуллин, Г.А. Шәмсетдинов дәвам иттерделәр... Жанрлар буенча практик дәресләргә төрле елларда бик теләп Ю.Ф. Колчанова, Л.И. Колесникова, Ш.Н. Муллаянов, С.К. Хәйретдинев, М.Х. Хөснимөрдәнев, З.А. Шәфигуллин. Ю.М. Ханҗин алып бардылар... (А.Н. Тукузина); “Мәгълүм ки, безнең күпбаскычлы тулаем эшебезнең нәтиҗәсе ул – укытып чыгарган белгечләребез. Татарстанның күп кенә редакцияләрендә аларның төп көч булуы безне сөендерә. Утыздан күбрәк шәкертбез үзәк матбугат чарасында эшли. «Республика Татарстан», “Ватаным Татарстан”, «Казанские ведомости», «Вечерняя Казань», “Мәгърифәт” һәм башка әйдәп баручы редакцияләргә бездә укып чыккан белгечләр җитәкли. (Агзамов Ф.И. Между прошлым и будущим. Казань, 2002).

Журналистикабыз тарихына якты сәхифә булырдай мондый мисалларны тагын да китерергә була; остазыбыз мирасын барлаган эзләнүләребез дәвам итәр. Иншаллаһ.

Л.Р. Усманова

доктор социологии (PhD)

г. Москва, Россия

© Л.Р. Усманова

**ГУМАНИСТ, КОНСТРУКТИВИСТ И РЕФОРМАТОР:
У ИСТОКОВ ВОЗРОЖДЕНИЯ
НАЦИОНАЛЬНОЙ ТАТАРСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Флорид Имамахметович Агзамов для меня лично очень важный человек в жизни. Я познакомилась с ним, как многие его ученики, во время вступительных экзаменов летом 1987 года. Моя попытка поступить на журфак МГУ провалилась, и я вернулась в Казань. В то время экзамены в столичные вузы проходили на месяц раньше, чем в региональные. Флорид Ахметович разрешил мне не пересдавать творческий конкурс, то есть первый тур экзаменов на журфак, так как я с отличной отметкой прошла его в МГУ. Он лишь попросил меня прийти на консультацию по творческому конкурсу и рассказать о своем опыте прохождения его в Московском университете. На той консультации я познакомилась со всеми своими будущими сокурсниками и приобрела лучших друзей в жизни.

Флорида Агзамова, как я поняла позже, отличало, прежде всего, человеческое отношение к студентам. Он всегда пытался сначала понять психологическую подоплеку поступков людей. И именно поэтому для меня он – яркий пример человека, который не только декларирует свои жизненные принципы, но и живет по ним, будучи цельной, внутренне гармоничной самореализованной личностью. Причем он отстаивал и выражал такие принципы, которые сегодня мы назвали бы гуманистическими и демократическими. Мне повезло, что я встретила такого человека вначале своего жизненного профессионального и личного жизненного пути. Мне лично глубоко импонировала и до сих пор симпатична научная тема, по которой работал декан нашего факультета, – гуманизм в журналистике. Тема,

которая никогда не потеряет своей актуальности, даже во время тотального разложения ценностей, воинствующего патриотизма или эклектики постмодерна. Если сохранилась часть его научной диссертационной работы, ее надо обязательно опубликовать. Уверена, она будет современна и сегодня.

Именно особый гуманитарный, гуманистический подход в подготовке профессиональных журналистов, который проводил в жизнь Агзамов, качественно выделяет казанскую школу журналистики на фоне российских медиа-школ и характеризует ее как ведущую, ибо основная тенденция этого столетия глобализирующегося мира – человек и его идентификация в мире.

При своем гуманном отношении к окружающим и психологичности, Флорид Ахматович не был при этом «беззубым». В том, что журфак Казанского университета состоялся как факультет, в том, что на нем появилась и развивалась школа национальной татарской журналистики, чьи выпускники работают как по всей России, так и за рубежом в национальных диаспорах, – его огромная заслуга и проявление выдающихся организаторских качеств. Умение быть дипломатом и мягким собеседником, достигающим при этом глобальные общественные цели, – характеристика масштабной, не побоюсь сказать, исторической личности.

Время, когда я училась, совпало со временем гласности и идеологической перестройки, а значит и со временем перестройки структуры и содержания курсов всей системы подготовки журналистских кадров. Агзамов поддерживал все студенческие инициативы снизу, связанные с реформой тематики предметов, содержания курсов, а также создания на факультете казанского филиала всероссийской ассоциации студентов-журналистов, которую я инициировала и возглавила. Он понимал, что реформы, конструктивные и позитивные, нужны факультету. И что самым лучшим способом их проводить – разговаривать со студенчеством,

этой важной частью формирующегося гражданского общества. Иногда, вопреки все еще сохранявшейся идеологически консервативной советской системе, от которой он зависел. Приведу один пример. Перед главным зданием КФУ стоит памятник молодому Ленину в центре полукруглой площадки, которую студенты называют «сковородкой». Однажды трое пятикурсников, желая выразить протест, нарисовали карикатуру в стенгазету с Лениным на сковородке в прямом смысле. Им грозило отчисление за «идеологическую некорректность». Флорид Имамахметович, будучи коммунистом и, вероятно, ленинцем, отстоял студентов, понимая, что это испортит жизнь ребятам, поэтому дал им академический отпуск. Через год они вернулись, спокойно окончили университет и получили дипломы. Позже они стали ведущими журналистами демократических СМИ в России, а кто-то эмигрировал. По этой ситуации видно, что настоящее гуманистическое начало в системе ценностей Агзамова стояло выше классово-идеологического.

И мне кажется отнюдь неслучайным, что у истоков создания казанской школы журналистики стоял человек-гуманист с большой буквы, конструктивист и реформатор, возродивший национальную татарскую журналистику, понявший раньше всех, что впереди у человечества – повышение ценности каждой индивидуальной Личности, интерес к внутреннему началу человека.

М. Х. Фатыхова

к. филол. н., доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© М.Х. Фатыхова

ФЛОРИД БИКМӘТЛЕ - ҮЗЕ ХИКМӘТЛЕ

Флорид Имамәхмәт улы Әгъзамов – кайта-кайта искә төшергән остазым, житәкчем, хезмәттәшем. Әле кайчан гына унбиш кыздан торган бер төркем “авыл кабартмаларына” гуманизм, кешелеклелек принциптарын укыткан иде. Кеше мәнфәгатьләрен кайгырту кебек катлаулы төшенчәләрнең асылын үз үрнәгендә өйрәтте. Ул беркайчан да дәрестә яисә киңәш рәвешендә нотык сөйләмәде, әмер бирмәде, мәжбүриләмәде. Кешелеклелек сыйфатларының нинди булырга тиешлеген үзөбезгә аның гамәлләреннән күреп сездердек. Дәрәс вакытында бер рус сүзе кыстырмый татар телендә сөйли иде, гәрчә журналистика нигезләре дәресе бик күп терминнарга бәйле. Өстәвенә, ул укыта башлаган елларда фәнни вә гамәли журналистикага кагылышлы татарча дәрәсләкләр булмаган диярлек. Татар журналистикасын фәнни кимәлдә өйрәтүне ул Гази Кашшаф, Розалина Нуруллина, Мөнжия Мәрдиева, Илдар Низамов, Альберт Айнетдинов, Тәлгать Миңнебаев, Сәмигулла Хәйретдинов, Васил Гарифуллиннар белән киңәшләшеп, бер кафедрада эшләп гамәлгә ашырды. Санап кителгән һәр укытучы үз заманы өчен танылган журналист, шул ук вакытта фәнни өслүпнең дә үз кануннарын беләп студентларга гади генә итеп аңалата белүчеләр. Моңы дәлилләү өчен укучылары Нәбирә Гыймәтдинова, Марсель Галиев, Вахит Имамовлар исемен атау да житә. Флорид Әгъзамов мөдир булып эшләгән чор укытучыларынан арабызда Илдар Низамов бар. Ул әле дә яза, радиода тапшырулар әзерли. Илдар абый үз сүзен укучыларына еш кына китап итеп туплап житкерә. Яңа гына тагын бер “Телбизәк дөнъясында” китабын

типографиядән алып таратты. Шулай ук Васил Гарифуллин да остазларының эшен дәвам итә. Аның житәкчелегендә Казан федераль университетында “Әгъзамов укулары” дип аталган халыкара фәнни-гамәли конференциягә нигез салынды. Быелгы конференция Флорид Әгъзамов исемендәге аудитория ачу тантанасыннан башланып китте. Бирегә һәркем, студент булсынмы ул, әллә “зур урында эшләүчеме” Флорид абыйны искә алырга үз теләге белән килгән, тиеш булганга яисә мәжбүриләп түгел. Шуңа да чыгыш ясаучыларның фикерләре чын күңелдән, йөрәктән әйтелде. Гадәттә, мактанырга яратмыйм, Флорид абыйдан сеңгән “чир”дер күрәсен, ләкин бүген искәرمә ясыйм әле. Мин дә Флорид абый укучысы, ул мине дә татар журналистикасы кафедрасына эшкә урнаштыру өчен житәкләп проректор Замовка алып керде. Аны бик күп укучысы, эти кебек кеше иде, дип искә ала. Шушындый затны эти дип әйтмичә ни дип әйтергә мөмкин соң?!... Әтидән бик иртә ятим калдык.

Шагыйрләр авылда туа диләр, Флорид абыйны да Бикмәт авылының нечкә күңеле шагыйре иде дисәк бер дә ялгышмабыз. Мөгаен, үзе авылда туганга авыл балаларын күз карашыннан аңлагандыр ул Флорид Бикмәтле.

РАЗДЕЛ II.
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
НАЦИОНАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ:
МИРОВОЙ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ

УДК 070 371.687

Р.Г. Алтай

журналист

г. Стамбул, Турция

© Р.Г. Алтай

ТӨРКИЯДӘ ДӘУЛӘТ ТЕЛЕВИДЕНИЕСЕ ЭШЧӘНЛЕГЕ:
ХОКУКЫЙ АСПЕКТ

В данной статье анализируется правовое регулирование телевидения в Турции. Отмечена особенность работы Высшего совета по вопросам радио и телевидения (RTÜK). Также исследуются особенности работы государственных и коммерческих телерадиокомпаний в условиях действующих и новых законов СМИ. *Автор поясняет терминологию законодательных документов, регулирующих деятельность радио и телевидения в Турецком государстве.*

Ключевые слова: Телевидение, Турция, правовой аспект, Европейский Союз, коммуникация, медиа, политика, закон

This article analyzes the legal regulation of television in Turkey. The peculiarity of the work of the High Radio and Television Council (RTÜK) is noted. It also explores the peculiarities of the work of state and commercial television and radio companies in the current and new laws of the media. The author explains the terminology of the legislative documents regulating the activities of radio and television in the Turkish state.

Key words: Television, Turkey, legal aspect, European Union, communication, media, politics, law

Төркия XX гасырның могжизасы буларак кабул ителгән телевидение белән Европа илләренә караганда шактый соңарып таныша. Төркия дәүләт телевидениесенең эшчәнлек сәясәтенең нигезендә кануннар жыелмасы ятса да, илдә барган сәяси, икътисади, социал-иҗтимагый вакыйгаларның зур йогынты ясавын инкаръ итеп булмый. Әлеге вакыйгалар хәтта Төркия конституциясенә күп тапкырлар үзгәреш кертү, кайчак хәтта аны алыштыруга ук китерә. Чөнки сәясәт белән медиа арасында көчле бәйләнеш массакүләм мәгълүмат чараларын сәясәтнең аерылгысыз бер өлеше булуын күрсәтә. Төркиядә телевидение каналы корылганнан башлап, бүгенгә кадәрге сәясәтенә күз салсак, аның 1960 еллардан 1980 елга чаклы социалист фикерләргә якин тапшырулар эшлэгәнлеге, әмма аны инкаръ итәргә омтылганлыгы; 1980 елларда, дәүләт хакимияте алышыну белән, социалистик идеяләрдән кискен читләшүе, дини һәм тарихи эчтәлекле программаларга өстенлек бирүе; ә 1990 елның башларыннан алып либерал икътисад шартлары нигезендә, социализм куркуы булмыйча, күбрәк күңел ачу тапшыруларына өстенлек биреп, конкуренция кагыйдәләре кысаларында эшчәнлек алып барганлыгы аңлашыла. 2000 елларның башында исә телевидение эшчәнлеге кискен үзгәрешләр кичерә, моңа Төркиянең Европа Берлегенә керү омтылышы сәбәп була.

1999 елда Европа Советы Хельсинкидә үткәрелгән саммитта Төркиянең әгъзалыкка кандидат ил булуын белдерә. 2001 елда Төркия парламенты Европа Берлеге йөкләмәләренә туры китерелгән кануннар пакетын кабул итә. 2002 елның февраленнән 2004 елның июленә чаклы 53 канунның 218 маддәсенә үзгәреш кертелә. Нәтижәдә, массакүләм мәгълүмат чаралары, шул исәптән телевидение һәм аудиовизуаль хезмәтләргә кагылышлы кануннар да үзгәреш кичерә. Төркиядә телевидение каналы эшли башлаганнан

бирле төрек теленнән гайре башка телләрдә тапшырулар ясарга ярамаган булса, бүгенге көндә Төркиядә яшәүче барлык этник телләрдә телевидение каналлары ачу, тапшырулар ясау, аудиовизуаль хезмәтләр ирекле. Бу вәзгыять Төркия конституциясендәге “Төркия жәмһурияте ватандашы булган һәркем-төрөк” диелгән 66 маддәсенә каршы килүе жәмәгатьчелектә дәүләтнең унитар структурасына зарар китерүе белән бәйле ризасызлык тудырганлыктан, медиа коммуникациясе мәсьәләсе актуаль булып кала бирә. Гомумән, күпмилләтле Төркия халкын милли кемлек (идентичность) проблемасы 1950 еллардан бирле озата килә.

Төркия дәүләте тарафыннан корылган телевидение тапшырулары беренче тапкыр эфирга 1968 елның 31 гыйнварендә чыга. Аннан алда 1963 елның 24 декабрендә “Телевидение һәм радио корылышын кору кануны” (*төр.* 359 Sayılı Radyo ve Televizyon Kurumu Kuruluş Yasası) кабул ителә [10, 37 б.]. Телевидение белән радионы берләштергән оешмага “Төркия радио һәм телевидение корышы” (Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu) дигән исем бирелә. Аңа кыскартып “TRT” диләр.

Бөтен дөньядагы кебек, һәр телевидение каналы үз эшчәнлек сәясәтен дәүләт кануннарына нигезләп билгели. TRT башлангычта тапшыруларын Төркия дәүләтенең 1961 елда кабул ителгән конституциясенә таянып тормышка ашыра. Конституциянең 2 маддәсендәге “Төркия Жәмһурияте – демократик, лаик (дәүләт эшләре диннән аерылган) һәм социал хокук дәүләте”, 3 маддәдәге “Төркия дәүләте иле һәм милләте белән бүленмәс бербөтен. Рәсми теле – төрекчә” диелгән кануннарны төп юнәлеш итеп ала һәм IV бүлекнең 19 маддәсенә а пунктында урын алган “Һәркем вөждән һәм дини инану ирегәнә ия”, “б” пунктында язылган “Һәркем фикерләү һәм сүз ирегәнә ия. Теләсә кем фикерен телдән, язулы, рәсем белән яки башка төрле юллар белән бер башына яки коллектив буларак белдерү хокукына ия” кануннарына буйсынып эш йөртә.

Төркиядә телевидение эшчәнлеген жайга салучы кануннар төрле сәбәпләр аркасында төрле елларда төрле үзгәрешләр кичерә. Төркия дәүләт телевидение каналы корылган көннән алып 1980 елга кадәр югарыда телгә алынган 1961 елгы Конституциягә нигезләнә.

1963 елның 24 декаберендә кабул ителгән һәм 1964 елның 1 маенда гамәлгә кергән тәүге 359 номерлы TRT канунының 35 маддәсе Төркиядә телевидение һәм радио тапшыруларын әзерләү һәм эфирга бирү хокукын Төркия радио һәм телевидение корышы “TRT”га бирә. Конституциянең 121 маддәсенә күрә, Төркиядә шәхесләр, юридик затлар телевидение һәм радио станцияләре кору хокукына ия була алмый. 359 номерлы канунның 1 нче маддәсендә: “Төркия радио һәм телевидение корылышы” дип исемлэнгән юридик зат – АВТОНОМ дәүләт предприятиесе корылды. Оешманың кыскартылган исеме – TRT. Корылышның штаб-фатиры – Әнкара” [10, 63 б.] диелгән. Ягъни TRTның бәйсез ижтимагый корылыш булуы белдерелә, бу исә әлеге канунның төп үзенчәлекләренә берсе. Икенче төп үзенчәлеге – илдәге беренче телевидение каналының шушы канун нигезендә төзелүе. 359 номерлы канунда TRTның Башкарма комитетына дәүләт вәкилләре булып Милли мәгариф министрлыгыннан, Туризм һәм таныту министрлыгыннан, югары уку йортларыннан, дәүләтнең төрле сәнгать корылышларыннан сайланган кешеләр һәм TRTdә штатта эшләүче кешеләр сайлану хокукына ия була, корылышның генераль директоры, башкарма комитетына сайланган әгъзалар арасыннан сайланып, Туризм һәм таныту министрлыгына тәкъдим ителә һәм министрның тәкъдими белән Министрлар Кабинеты тарафыннан раслана. Нәкъ менә шушы үзенчәлекләргә таянып, аның хөкүмәттән бәйсез, бары тик жәмгыять, халык мәнфәгатләре юнәлешендә эш йөртәчәге белдерелә [9]. TRT житәкчелеге озак еллар буге әлеге канун нигезендә бәйсез мәгълүмат чарасы булырга омыла. Канунда телевидениенең төп бурычы итеп халыкны агарту, мәгарифне үстерү куела. Галимә Айсәл Азиз

әйтүенчә, бу нисбәттән тапшырулар ике категориягә аерыла: 1) тар мәгънәдә белем бирүче (хәреф танырга, язарга, санарга өйрәтүче, арифметика, табигать белеме фәннәренәң нигезенә төшендерүче); 2) киң мәгънәдә белем бирүче (гомумзиялылыкны арттыручы) [2, 20 б.]. Телеканал башлангычта бу төр программаларны авыл кешеләре өчен әзерли, авыл хужалыгы тармагына кагылышлы тапшыруларга күп вакыт аера. Соңрак сәламәтлекне саклау, юл йөрү кагыйдәләрен үтәү, тирә-як мохитне чиста тоту кебек темалы программаларга күчә. Тапшыруларда жәмгыятьтә һәркемнең тигез хоукларга ия булуын ассызыклау хис ителә. Бу хәл исә икътисади капиталны үз кулында тотучы даирәләргә ошап бетми, алар телеканалны коммунистик идеяләр таратучы үзәк итеп күрә башлыйлар. Бу жәһәттән дәүләтне дә гаеплиләр. Хакимият дилбегәсен үз кулында тотучы сәясәтчеләр исә телеканалны үз мәнфәгатьләре өчен кулланырга тырыша. Шулай да TRTнең, илдә барган сәяси агымнарның йогынтысына бирешмичә, сәясәтчеләрнең басымнарына каршы торып, халыкны агарту, илнең мәгърифәтен киңәйтү, мәдәниятен үстерү юнәлешендә милли лидер Ататөрөк принципларыннан читләшми хезмәт күрсәтүе аңлашыла.

Фәкәть 359 номерлы TRT канунында сәяси икътидарның телевидение каналы тапшыруларына тыкшыну мөмкинлеге бирүче положениеләр дә урын алган. Милли куркынычсызлык, хөкүмәт белдерүләре һәм дәүләтнең тышкы сәясәтенә кагылышлы кайбер очраклар [3, 65 б.] TRTгә дәүләт көен “көйләү” зарурлыгын китерә. Бу исә әлеге корылышның тулы бәйсез булмаганлыгын аңлата. TRT тапшыруларын эфирга чыгарган беренче елыннан ук илнең теге яки бу мохиты тарафыннан һәр төрле көчле тәнкыйтькә тотыла. Монның нәтижәсендә TRT житәкчелегенәң министрлыклар, башка корылыш һәм оешмалар белән турыдан–туры язышуларына чик куелып, Туризм һәм мәдәният министрлыгы аша эшләнә башлый [14, 94–95 б.]. TRTнең бухгалтерия эшләрен Төркиянең финанс министрлыгы үз контроленә ала. TRTdә зур тәнкыйтькә дучар булган женси тәрбия эчтәлекле тапшыру

эфирга чыкканнан соң, штатка программаларны цензура аша үткөрүчө махсус белгечлэр алына [3, 72–73 б.]. Боларның барысын да телевидение эшчәнлегенен бэйсезлегенә хилафлык китерүчө факторлар дип бәяләү мөмкин. Шулай булуга карамастан, TRT житәкчелеге “бэйсезлек” төшенчәсенә тугры калырга тырыша. Конституциянең 121 маддәсендә “TRT” вазыйфаларының берсе итеп “Радио һәм телевидение корылышы мәдәният һәм мәгариф үсешенә өлөш кертергә, унитар дәүләт булуның шартларын үтәү тиеш” дигән сүзләр китерә, “TRT” тапшыруларын энә шул канунга буйсынып әзерли, тапшыруларда дәүләтнең бөтенлегенә, берлегенә зарар бирүчө үзенчәлекләргә юл куелмый, этник азынлыклар, аларның телләре, мәдәниятләре белән бәйле хәбәрләр, сәяси-ижтимагый тапшыруларга урын бирелми. Төркия конституциясе буенча төрөк теленнән башка тел куллану катгый тыела. Телепрограммалар гамәлдәге кануннарга каршы килмәсә дә, TRT социализмны пропагандалаучы корылыш итеп тәнкыйтьләнә. Әйтик, 1969 елда Ататөрөк үлгән 10 ноябрь көнне “TRT” Советлар Берлеге тарафыннан төшерелгән “Әнкарә – Төркиянең йөрәге” документаль фильмын күрсәтмәкче була. Ләкин эфирда барган фильмны кинәт туктатырга мәжбүр булалар. Чөнки шул ук минутта дәүләтнең югары органнарыннан телефон аркылы телевидение житәкчелегенә, социалистларның хезмәтенә өстенлек биргән бу тапшыруны туктатырга, дигән басым ясала. Анадолу туфракларында яшәүчө халыкларның социаль проблемаларын яктырткан кайбер тапшырулар, “социалист идеяләр белән тулган” дип, илнең алгарыш мәсьәләләрен аңлатучы кайбер программалар исә “милли бөтенлек”не боза [3, 89 б.] дигән тәнкыйть утына тотыла. Ни генә булмасын, телеканалда эшләүчеләрнең ирекле фикер сөреше, бэйсез хәрәкәт итүләре дәүләт белән идарә итүчеләрнең максатларына туры килеп бетми.

Сәясәтнең теле-радио кануннарына тәэсире

1971 елның 12 мартында Төркиядә хәрби көчләр тарафыннан переворот була. Шул ук елның 20 сентябрдә Конституциянең телевидение белән бәйле 121 маддәсенә үзгәреш кертелә. Моның нәтижәсендә 1972 елның 29 февралдә Төркия дәүләт радио һәм телевидение корылышы белән бәйле 1568 номерлы яңа канун кабул ителә. Элеккеге канунда TRT корылышы белән бәйле маддәсендә: “Төркия радио һәм телевидение корылышы” дип исемләнгән юридик зат – АВТОНОМ дәүләт предприятиесе корылды. Оешманың кыскартылган исеме – TRT. Корылышның штаб-фатиры – Әнкарә”, – диелгән булса, 1568 номерлы яңа канунда: “1нче маддә: “Төркия радио һәм телевидение корылышы” дип исемләнгән ТАРАФСЫЗ ижтимагый юридик объект корылды. Корылышның кыска исеме – TRT. Корылышның штаб-фатиры – Әнкарә” – дип языла. Бу яңа канун нигезендә “TRT”ның башкарма комитетыны әгъза сайлау механизмасы да үзгәрә. 1568 номерлы яңа канунда Башкарма комитетка югары уку йортлары, консерватория, театр, опера һәм балет театры кебек сәнгать корылышларыннан вәкилләр сайланмый, әмма дәүләт вәкилләренең саны арттырыла һәм “TRT” житәкчесе һәм урынбасарлары Министрлар кабинеты тарафыннан билгеләнә. Шулай ук “TRT” хезмәткәрләре арасыннан әгъза сайлау да мөмкинлеге дә бетерелә. Телерадио корылышының житәкчеләре тулысынча хөкүмәткә бәйле хәлгә китерелә.

1980 елның 12 сентябрдә Төркия Кораллы Кораллы көчләренең 17нче Генштаб начальнигы, армия генералы Кенан Әврән житәкчелегендә хәрби түнтәрелеш ясалгач [6, 125–154 б.], яңа хөкүмәт Төркиянең 1961 елда яңартылган конституциясен гамәлдән чыгара. Яңа конституциядә иң әһәмиятле кануннарның барысы да диярлек үзгәртелә. Шул исәптән, Төркия радио һәм телевидениеләр эшчәнлегенә кагылышлы канун да зур үзгәрешләр кичерә. Төркия Жәмһурияте конституциясенең 133 маддәсе нигезендә 2954 номерлы

“TRT кануны” барлыкка килә. Ул 1984 елның 1 гыйнварендә гамәлгә керә. Элеккеге конституциядә “Төркия радио һәм телевидение корылышы кануны” диелгән булса, 1981 елгы конституциядә “Төркия радио һәм телевидение кануны” дип йөртелә. Яңа конституциядә илдә телевидение станцияләре кору, телетапшырулар алып бару фәкать дәүләт кулында булуы һәм идарәсе юридик зат буларак теркәлүе [4, 307 б.] белдерелә. 2954 номерлы TRT канунындагы 19 һәм 20 маддәләрдә “TRT” тапшыруларында хөкүмәт белдерүләренең үзгәртелмичә бирелергә тиешлеге языла, оппозициядәге сәяси партияләргә жавап хакы бирелми. Бу канунның уңай ягы шунда: ул TRTгә, билгеле шартлар кысасында, чит илләргә телетапшырулар ясау иреге бирә. Аеруча, күп каналлылыкка юл ача. Ягъни TRT берничә канал һәм чит илләрдә аларның корпунктларын ачу хокукына ия була.

2954 номерлы TRT канунында, 1971 елда гамәлгә кертгән 1568 номерлы TRT канунындагы кебек үк, Төркия радио һәм телевидение корылышының бәйсез түгел, ә “тарафсыз корылыш” булуы белдерелә.

Конституциясенә 133 маддәсе нигезендә 2954 номерлы TRT кануны кысаларында 1984 елның 1 гыйнварендә Радио һәм Телевидение Югары Советы (төр. кыскача RТҮК) гамәлгә керә. Ул телевидение тарихында моңарчы күрелмәгән һәм канунның төп вә әһәмиятле маддәсе буларак алга чыга. 12 эгъзадан торган бу Совет барлык телетапшыруларга күзәтчелек итүдән, гомумпринципларның сакланышын контрольдә тотудан жаваплы. Шул ук вакытта TRT корылышына генераль директор һәм башкарма комитетына эгъзалык өчен кандидатлар тәкъдим итү дә RТҮКкә йөкләнә. RТҮК тәкъдим иткән кандидатлар Министрлар Кабинеты тарафыннан раслана. RТҮКнең корылыш максады шуннан гыйбарәт: “6 маддә: Төркия халкына әзерләнә торган телевидение тапшырулары өчен милли

сәясәткә яраклы нигезләмәләрне ачыклау, бу канунда күрсәтелгән вазыйфа һәм принципларның үтәлешен күзәтү, контрольдә тоту һәм бәя бирү.”

РТҮКнең вәкаләтләренә илдә радио һәм телевидение станцияләрен кору, үстерү, көндәлек тапшыру сәгатьләрен һәм вакытын билгеләү, чит илләргә жибәреләсе тапшыруларга кагылышлы кагыйдәләрне булдыру һәм үтәлешен контрольдә тоту кебек вазыйфалар да керә. РТҮК шулай ук полиция һәм метеорология радиоларын да үз контролендә тотарга бурычлы. Шәхси яки юридик затларның ябык телевидение системасын корулары һәм эшләтүләре дә РТҮКнең күзәтүе астында тотыла.

Шулай итеп, ТРТ тулысынча дәүләт карамагындагы корылыш хәленә китерелә, аның дәүләт сүзен житкерүче мәгълүмат чарасы булуын инкарь итү мөмкин түгел. 1980 нче елларның урталарында Төркия вакытлы матбугаты ТРТның тапшыруларын ялыктыргыч, бер тарафлы гына эшләнә дип тәнкыйтьли, плюрализмга урын калдырмавыннан зарлана. ТРТ тагын бер-ничә канал ачса да, алар ил хакимиятендәгеләргә яраклашуга нигезләнгәнә өчен төрек жәмгыятендә абруй казана алмыйлар. Бер каналлы гына булган елларда ТРТ һәркемнең интересларына җавап бирергә тырыша. Ләкин рәсми органнар тарафыннан хупланмаган эчтәлекләрнең эфирга чыгарылмаганлыгы һәркемгә аңлашыла. Бәхәс тапшыруларындагы фикерләрдә, карашларда рәсмилек ярылып ята [5] Визуаль хәбәрчелек монополия булып кала бирә. Гомумән, ТРТ, корылганнан бирле, хакимияттәге партия яклы мәгълүмат чарасы булуы белән гаепләнә. Яңалыкларның чинвоникларга хас чиратлаштырылуы һәм еш алышына торган хөкүмәт сәясәтен генә яктыртучы метод белән эфирга бирелүе халык мәнфәгатьләренә, иҗтимагый таләпләргә җавап бирми.

**ТРТ монополиясенә чик куелуына
һәм коммерциячел телеканалларның корылуына
“Европа Конвенциясе Чикләртты Телевидение Килешүе”нен
хокукый тәэсире**

Халыкка башка “ракурс”тан хәбәр житкерәчәк, ТРТ тышында үзгә эшләчәк, фикер хөрлеге китерәчәк үзгә телевидение каналларына ихтыяж туа. Бу житешсезлеккә бигрәк тә Төркия икътисадын үз кулларында тотучы эре эшкуарлар басым ясый. Чорның дәүләт президенты Тургут Өзал да халык алдындагы чыгышларында массакүләм информация чараларына яңа сулыш китерү кирәклеген адым саен искәртеп тора. Бу жәһәттән төрек эшкуары, Румели холдингы хужасы Жәм Чыңгыз Узан беренчеләрдән булып коммерциячел телеканал ачар өчен жиңнәрен сызгана. Ләкин Төркия кануннары моңа ирек бирми. Шунлыктан ул башта 1989 елның августында Швейцариядә “Magic Box Incorporated” дигән телетапшырулар ширкәте кора, шуның аркылы Федераль Алманиядә “Eutelsat” спутнигынан ике канал арендаый. Аңа “Стар1” дигән исем бирә һәм шушы телевидение каналы аркылы Төркиягә тапшырулар күрсәтә башлый. Төркия территориясендә теркәлмәгәнлектән канунга каршы килә дип бяләнми. Беренче тәжрибә тапшыруы эфирга 1990 елның 1 мартында чыга. Бер елдан соң ул 24 сәгать өзлексез эшләүче телеканал була.

“Стар1”(соңрак исеме “InterStar” булып үзгәрә) каналы ачылганнан соң 1992 елның 20 гыйнварендә “FLASH TV” телеканалы барлыкка килә. Аның артынан “Teleon TV” каналы эшли башлый. 1 мартта Төркиянең күренекле ике эшкуары Эрол Аксой һәм Халдун Симави тарафыннан Франциядә “SHOW TV” телеканалы корыла. 1992 ел, гомумән, Төркиядә коммерциячел телеканалларының күпләп ачылу елы булуы белән әһәмияткә ия. Шул ук елның июль аенда Төркиядә эре бизнес алып баручы Кадир Хас “НВВ” дигән телевидение каналы эшләтеп жибәрә. Берничә көннән президент

Тургут Өзалның улы Әхмәт Өзал тарафыннан “Kanal 6” корыла һәм 4 октябрьдә эфирга чыга башлай. Шәхси каналлар ачылу 1993 елда да дәвам итә. Хосусый телеканалларның күпләп ачылуы телевидение тапшырулары буенча “ТРТ” канунын яраксыз хәлгә китерә, ул көн таләпләренә жавап бирә алмый башлай. Аеруча, Төркия 1992 елда “Европа чикләртты телевидение килешүе”н имзалый. Төркиядә телевидение тапшырулары буенча яңа канун көн кадагына суга. 1994 елның 13 апрелендә Төркия Бөек Милләт Мәжелесендә (парламентта) 3984 номерлы Радио һәм Телевидение Корылышлары һәм Тапшырулары хакында канун кабул ителә. Ул 20 апрельдә Рәсми газетаның 21911 санында басылып чыга һәм шул көннән гамәлгә керә.

1982 елгы конституциянең 133 маддәсендә “Радио һәм телевидение станцияләре бары тик дәүләт кулы белән генә корыла ала һәм алар белән тарафсыз юридик затлар гына идарә итә” дип, аудиовизуаль мәгълүмат чаралары фәкәть TRT монополиясенә генә калдырылган булса, яңа канунда әлегә маддә “Радио һәм телевидение станцияләре кору һәм аларны эшләтү, канунда күрсәтелгән шартлар кысаларында, ирекле. Дәүләт тарафыннан ижтимагый юридик зат буларак корылган бердәнбер радио һәм телевидение корылышының бәйсезлегә һәм тапшыруларының тарафсызлыгы гарантияләнгән” дип үзгәртелә. Шулай итеп, Төркия конституциясенең 133 маддәсе үзгәреләүе телевидение тармагын монополиядән коткара, хосусый телеканаллар ачу һәм аларны билгеле кануннар кысаларында эшләтү мөмкинлегә ачыла. Әлегә канунның 29 маддәсендә “сәяси партияләр, ижтимагый оешмалар, профсоюз берләшмәләре, кооператив оешмалар, фондлар, һөнәри палаталар, жирле үзидарәләр һәм аларга уртак булган затлар, экспорт, импорт, сәүдә һәм финанс корылышлары телевидение каналы ача һәм уртак була алмый” дип, аудиовизуаль тапшырулар житештерүчеләр өчен чикләр дә билгеләнгән [1, 25 б.]. Канунда унитар дәүләт шартларының үтәлеше үзәктә тора. Төрөкчәдән башка этник телләрдә тапшырулар эшләү яки

телеканаллар ачу хокукы бирелми. Ошбу яңа канун телевидение каналларының ААЖ буларак корыла алуына ирек таный. Монополия булдырмас өчен теге яки бу ширкәт бер телевидение каналы гына кору һәм эшләтү хокукына ия. Чит ил кешеләренә Төркиядәге телевидение каналының устав капиталының 20 процентлык акциясенә ия булу хокукы бирелә.

3984 номерлы Радио һәм Телевидение Корылышлары һәм Тапшырулары Канунында телевидение хужаларына тендерларга катнашу һәм акцияләренә биржада бәяләнү рәхсәте бирелми.

3984 номерлы Радио һәм Телевидение Корылышлары һәм Тапшырулары Канунының бик күп маддәсе Төркия тарафыннан имзаланган Европа Конвенциясе чикләртты телевидение килешүе принципларына туры китереп эшләнә. Әйттик, рекламалар тәүлек тапшыруларының 15 % ыннан артык булмагачы, рекламаларның программа арасына урнаштырылгачы, дини тантана тапшыруларында реклама күрсәтелмәгәчә, яңалыклар һәм балалар программаларының беренче 30 минуты эчендә рекламалар куелмагачы, спиртлы эчемлекләр һәм тәмәке продукцияләренә рекламаларына урын бирелмәгәчә әлегә канунның 21 һәм 22 маддәләрендә белгертелә.

Шулай ук спиртлы эчемлек, тәмәке продукцияләре һәм табиб рецепты белән генә сатылучы медицина препаратлары житештерүче шәхси яки юридик затлар тарафыннан тапшыруларга финанс ярдәм күрсәтә алмагачы 23 маддәдә урын ала.

3984 номерлы Радио һәм Телевидение Корылышлары һәм Тапшырулары Канунының иң мөһим маддәсе – радио һәм телевидение эшчәнлеген өстеннән контрольлек итүче цензура оешмасының барлыкка килүе. Ул “Радио һәм Телевидение Югары Советы”(Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)) дип атала. 1994 елның 16 маенда Төркиядәге радио һәм телевидение каналларының эшчәнлеген контрольдә тотучы корылыш буларак барлыкка килгән бу

оешма РТҮКне алмаштыра. RTÜK “TRT”ны гына түгел, илдәге барлык хосусый телеканалларны контрольдә тотат. Элеккеге канунда билгеләнгән “TRT” өстеннән күзәтчелек итүче радио һәм телевидение югары корылышы “РТҮК”нең барлык вазыйфалары һәм кадрлары “RTÜK”кә тапшырыла.

Телевидение каналларының эшчәнлегенә дә шартларының иң зур йогынтысы “этник тел һәм диалектларда тапшырулар” өлкәсендә сизелә. Бу жәһәттән Европа Берлеге 2002 елдан башлап Төркиягә каты басым ясый.

Төркия дәүләтенең телевидение каналлары эшчәнлеген көйләүче кануннарны Европа Берлеге кушкан юнәлештә үзгәртүе

2003 елның 19 июлендә 3984 номерлы канунга үзгәреш кертелә. Анда “Ижтимагый һәм хосусый телевидение каналлары Төркия ватандашларының гадәтләре нигезендә көнлек тормышта кулланыла торган этник тел һәм диалектларда тапшырулар эшли ала” диелә. Шулай итеп, “TRT” белән бергә коммерциячел телеканалларга милли телләрдә тапшырулар ясау мөмкинлеге бирелә. 2011 елның 3 мартында Төркиядә радио һәм телевидение каналлары һәм аудиовизуал хезмәтләренең эшчәнлеген көйләүче яңа канун кабул ителә. 6112 номерлы канун буларак билгеле ул. Аның кабул ителүе белән 1994 елдан бирле гамәлдә булган 3984 номерлы Радио һәм телевидение Корылышлары Кануны гамәлдән чыга [7, 3 б.].

Жирөсте аналог тапшырулар, жирөсте дигиталь тапшырулар, спутник аша тапшырулар, кабельле тапшырулар, киң тасма интернет инфраструктурасы аша тапшырулар, IPTV, 3G, DVB-H хезмәтләре белән бәйле хосуслар иң соң кабул ителгән 6112 номерлы Төркия Радио һәм Телевидение канунында да урын ала.

6112 номерлы канун Төркия жәмгыяте һәм телевидение каналлары сәясәте өчен иң әһәмиятле 8 факторга ия:

1. Ул медиа секторы эшчәнлеген Европа Берлеге таләпләренә туры китереп көйли. Бу жәһәттән, фикер һәм сүз иреге, плюрализм, конкуренция жирлеге тәмин ителә. Монополия мөмкинлегенә юл куелмый.

2. Жирөсте дигиталь тапшыруларга күчү өчен төгәл бер дата билгеләнә, передатчикларның билгеле бер фирма тарафыннан корылып, эшләтү кагыйдәләре көйләнә.

3. Телевидение каналларына уртақ булырга теләгән корылышлар өчен чикләүләргә киметә, акцияләренәң халыкка сатышын кулайлаштырып, монополия булырга мөмкинлекләр калдырмый.

4. Бер медиа корылышының илдәге медиа базарындагы туплап керемнәрнең 30 процентыннан артыгына ия булуы чикләнә [13, 89 б.].

5. Төрөк теле тышында башка этник телләрдә тапшырулар күрсәтергә һәм телеканаллар ачарга мөмкинлек бирә.

6. Төркиядәге барлык телевидение каналлары һәм башка аудиовизуал хезмәтләргәң күзәтчеләге RTÜKкә бирелә [12, 143–144 б.]. Шулай ук илдә телеканал яки аудиовизуаль хезмәт корылышы ачу лицензияләргә бирү яки лицензияләргәң гамәлдән чыгару вазыйфасы да RTÜKкә йөкләнә.

7. Ижтимагый корылышларга телеканаллар ачу рөхсәт ителми [3, кануннар].

8. Чит ил ватандашларына Төркиядәге телевидение каналы яки аудиовизуаль хезмәт бирүче корылышның 50 процентлык акциясенә ия булу мөмкинлегә бирелә.

Болар арасыннан безнең игътибарны милли телләрдәге тапшырулар мәсьәләсә жәлеп итә. Милли телдә беренче тапшырулар TRT корылышы тарафыннан эшләнә. 2004 елның 7 июнендә босния телендә 35 минутлык “Мәдәни байлыкларыбыз” дигән тапшыру күрсәтелә. Шул ук циклдагы тапшырулар гарәп, черкес телләрендә, көрдчәнәң кырманчи һәм заза диалектларында эшләнә. 2008 елның ахырында этник телдә тәүлек бугә эшләүче беренче канал ачыла. Ул “TRT 6” буларак беләнә. Икенче рәсми исемә көрдчә “TRT Şeş” дип

йөртөлө. 2014 елның ахырында “TRT” житәкчелеге бу каналны “TRT Kurdi” дип атарга карар бирә.

“TRT” корылышының этник телләрдә тапшырулар күрсәтә торган икенче канал “TRT Avaz” Балкан, Урта Азия, Кавказ һәм төрки жәмһурият халыклары өчен 2009 елның 21 мартында хезмәткә керә. Ул барлығы 27 ил һәм 13 автоном төрки жәмһурияттә 250 миллион тамашачыга исәпләнгән. Анда төрек, азәрбайжан, казах, кыргыз, төрекмән, үзбәк телләрендә мәдәният-сәнгать эчтәлекле төрле тапшырулар, документаль фильмнар, музыкаль программалар күрсәтелә. Аларның кайберләре “TRT Avaz”ның Әнкарәдәге студияләрендә эшләнсә, берникадәре әлегә төрки жәмһурияләренң телевидениеләрендә әзерләнәп, төрекчәгә тәржемәләре титрлар белән бирелә. Төркия дәүләте аны төрки дөньяның уртак каналы итеп күрә.

TRTның этник телдә тапшырулар әзерләп күрсәтүче өченче каналы “TRT Et-Türkiyye” яки “TRT-El Arabia”да да Төркия дәүләтенң телевидение өлкәсендәгә сәясәте чагыла.

“TRT Et-Türkiyye” дип исемләнгән гарәп телле канал 2010 елның 4 апрелендә эшли башлый. Ул “TRT-1” телеканалының гарәпчә версиясе буларак эфирга чыга. Тәүлек буе эшли торган канал барлығы 350 миллион кеше яши торган 22 гарәп иленә гарәп телендә хатын-кызлар, балалар һәм яшүсмерләр өчен тапшырулар, документаль фильмнар, күңел ачу, яңалыклар программалары күрсәтә. Төркиядә югары рейтинг белән каралган сериаллар да тәкъдим ителә. Моның өчен Төркия дәүләте “Türksat 3A”, “Arapsat” һәм “Nilsat” спутникларын куллана. Тапшыруларның күпчелеге гарәп илләрендә әзерләнә. 2014 елның ахырында каналның исеме “TRT-El Arabia” буларак үзгәртелә. Төркия дәүләте бу канал эшчәнлегенә аеруча зур игътибар бирә.

Коммерциячел телеканалларда этник телләренң кулланышына килсәк, “ATV”, “Kanal D”, “SHOW TV”, “Samanyolu”, “NTV”, “CNN TÜRK”, “Haber Türk”, “Star” кебек иң күп тамашачыга ия милли

каналларда азынлык халыклар телендә тапшырулар эшләнмәгәнлеге, теге яки бу этник тел вә диалектта махсус канал ачмаулары һәм рөхсәт өчен RTÜКкә мөрәжәгать итмәгәнлекләре билгеле. Этник телләргә күбрәк региональ телевидение каналлары игътибар бирүе күренә. Бу уңайдан Төркиянең көрд һәм гарәп ватандашларына юнәлгән жирле телевидение каналларындагы активлык күзгә ташлана. Төркия Радио һәм Телевидение Югары Корылышы RTÜК тарафыннан 2010 - 2014 еллары арасында “AMED TV”, “SÖZ TV”, “CAN TV”, “REHBER TV”, “KANAL URFA TV”, “EDESSA TV”, “TEK RUMELİ TV”, “KUDÜS TV”, “GELİŞİM TV” кебек 11 каналга лазча, гарәпчә һәм көрдчә кебек этник телләрдә тапшырулар эшләү рөхсәте бирелгән. Әмма алар барысы эшчәнлекләрен төрек телендә алып бара. “REHBER TV” каналының гына кайбер тапшырулары көрдчә, тулаем алганда төрек теле өстенлек итә. Бу хәлнең сәбәпләре түбәндәгечә: Төркиядә милли азынлыклар аудиториясе киң түгел, югары рейтингка ирешү авыр. Рейтинг күрсәткечләренең түбән булуы телеканалны яшәтерлек керем китерми. Рейтингны югары тотар өчен милли телләргә камил белүче югары квалификацияле хезмәткәрләр кирәк, теге яки бу этник телдә сыйфатлы, кызыклы тапшыру ясамый торып реклама бирүчеләргә жәлеп итеп булмый. Фәкать тел белүче хезмәткәрләргә табуы кулай түгел. Чөнки Төркиядә бу көнгә чаклы көрдчә, лазча, албанча, уйгырча, кыргызча яки гарәпчә кебек этник телләрдә белем алу мөмкинлекләре юк иде. Мәктәп белеме булмагач, әдәби телне камил белүчеләр юк дәрәжәсендә. Төркиядәге этник телләр өй эчендә генә кулланыла. Мәсьәләнең тагын бер ягы бар: этник телләрдә хезмәт күрсәтүче каналлар да, төрекчә эшләүче телевидениеләр дә дәүләткә тигез микъдарда салым түли. Дәүләтнең этник каналларны жәелдереп жибәрүне үсендерүче программасы юк. RTÜК исә, этник тел һәм диалектларны куллану рөхсәте биргәч, телеканалның аны кулланып-кулланмавын контрольдә тотмый, лицензияле килеш этник телне

кулланмаган өчен жаваплылыкка тарту каралмаган. Моның нигезендә Төркиянең һаман унитар дәүләт структурасының бозылуы өчен борчылу ята. Этник телләрне куллану рөхсәте кайбер даирәләрдә – демократиянең үсүенә, кайбер мохиттә Төркиянең бүленүенә китерә [8, 5 б.] дип бәяләнгән.

Йомгак

Ярты гасыр эчендә бу кадәр күп үзгәрешләр кичергән Төркиянең визуаль медиасы техник яктан көннән-көн камилләшеп, заман шартларына буйсынып, европа стандартларына ирешергә омтылып алга бара. Ләкин 2016 елның ноябрь аенда Европа Берлеге Төркия белән сөйләшүләр алып бармаячакын белдерде. Төркиянең Европа Берлегенә керү мәсьәләсендә сәясәт каршылыктар аркасында телевидение каналлары һәм башка аудиовизуаль хезмәт күрсәтүче корылышларның эшчәнлекләрен көйләүче кануннар тагын үзгәрмәс дип беркем гарантия бирә алмый. Бит бер нинди жәмгыятьтә дә кануннар үзлегеннән сәясәтне үзгәртү, мәдәниятне юнәлдерү көченә ия түгел, аларны юнәлдерүдә кешеләрнең конкрет максат һәм тырышлыктары зур роль уйный. Шулар нәтижәсендә кануннарда үзгәреш кертелә яисә яңалары кабул ителә. Әмма Төркиянең Европа Берлегенә кыйбла тотуы аны медиа индустриясенә инновацияләр кертү һәм аны үз дигәнчә идарә итә алмауга, массакүләм мәгълүмат чараларында үз сәясәтен билгеләү гажизлегенә китергәнлеге анык сизелә. Европа Берлеге шартларына туры китереп эшләнгән соңгы 6112 номерлы Төркия Радио һәм Телевидение канунында Төркия дәүләт телерадиокорылышы TRTнең акча эшләүне алга планга куймаган ижтимагый корылыш булуы игътибарга алынмаган. Аның коммерциячел телеканаллар белән бер статуста тотылуы рекламалардан кергән керемнән, башка коммерциячел телеканаллар кебек, RTÜKкә дә өләш бирергә дучар итә. Эшчәнлеге табыш китерүгә корылмаган TRTның әлеге йөкләмәләрдән азат тотылуы кирәк. Бит, ни генә булмасын, дәүләт карамагындагы

иҗтимагый телевидение жәмгыятьнең дәрәс юнәлештә белемен күтәрүгә һәм мәдәниятен үстерүгә өлеш кертә һәм билгеле мәнфәгатьләргә таянган коммерциячел телеканалларның сәясәтләрен тезгенләү һәм жайга салуда зур роль уйный. Моннан тыш, билгеле закончалыкларга буйсынып эшләнгән тапшырулары белән илдәге профессионал журналистиканың, бу өлкәдәге һөнәри осталыкның үрнәген тәшкил итеп, телеканалларарасы көндәшлек аренасында аудиовизуаль хезмәтләрен сыйфатын яхшыртуга хезмәт итә. Шунлыктан иҗтимагый телевидениенең әһәмиятенә аеры игътибар бирелүе зарур, ләкин кануннарда моның исәпкә алынмаганлыгы күренә. Европа Берлеге шартларына буйсындырылган кануннарның медиа секторын демократияләштерүгә, төрлелек һәм плюрализм китерүенә ышанылса да, Төркиянең үзгәрүчән социал – иҗтимагый, икътисади вакыйгалар һәм еш алмашынучан сәясәте каршында өметләр аклана алмый. Бигрәк тә дәүләт хакимиятенең тагын конституция үзгәрттергә жыенган дәвердә.

Кануннар:

1. 2954 Sayılı Türkiye Radyo Televizyon Kanunu, Resmi Gazete: 11.6.2008.
2. 3984 Sayılı RTÜK Kanunu; Resmi Gazete, Yayın Tarihi: 20.4.1994.
3. 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, Resmi Gazete: 03.03.2011.

Әдәбият:

1. Aziz A. 3984 Sayılı Radyo ve Televizyon Yasası. Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları / 2, 1994, Ankara.
2. Aziz A. Türkiye’de Radyo Televizyon ile Eğitim Uygulamaları.
3. Cankaya Ö. Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi, TRT 1927 – 2000. Ankara, 2015.
4. Canoruç M. Ş. Anayasal Kurum Olan TRT’nin “ÖZERKLİĞİ.” Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 8, 2014.

5. Dođan A. N. Türkiye'de 1980 Sonrası Gelişen Liberal Politikalar Bađlamında, Radyo-TV Sektörünün Analizi. 31 Ocak, 2008. URL: <http://blog.milliyet.com.tr/alinecatidogan>.

6. Dündar L. 12 Eylül 1980 Darbesinin Basına Etkileri. Tarihin Peşinde – Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi Yıl: 2016, Sayı: 16. URL: http://www.tarihinpesinde.com/dergimiz/sayi16/M16_08.pdf.

7. Gürsoy Y. 6112 Sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, Getirdiđi Deđişiklikler ve Yenilikler, Scala Yayıncılık, İstanbul, 2011.

8. Oral B. Türkiye’da Azınlıklar:Kavramlar, Teori, Lozan, İ evzuat, İçtihat, Uygulama. İletişim Yayınları, 2004.

9. zkan A. Çađdaş Gazeteciler Gazetesi, Mayıs-Haziran, 2004.

10. Serim . Televizyon tarihi 1952-2006, İstanbul, EpsilonYayıncılık, 2007.

11. Sözeri C., Güney Z. Türkiye’de Medya Ekonomi Poliđiđi: Sektör Analizi, TESEV Yayını, İstanbul 2011.

12. Sümer B., Adaklı G. 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkındaki Kanun’a İlişkin. İletişim Araştırmaları, 2007.

13. Tanrıöver U. H. Türkiye’de Televizyon Yayıncılıđı, 2011.

14. Topuz H.. Yarının Radyo ve Televizyon Düzeni. Mozaik Basım ve Yayıncılık, İstanbul 1999.

ыганақлар:

1. Avrupa Birliđi Grsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi. URL: http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=46551fc-c-7598-448bae59-8ecb4a84d497 (11.01.2016).

2. Avrupa Birliđi’nin Telekomünikasyon ve Grsel-İşitsel Politikası. URL: <http://www.ikv.org.tr/pdfs/5449201c.pdf> (21.10.2016)

3. Avrupa Birliği Sınır Tanımayan TV Direktifi-97/36/EC–Türkçe. URL: http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=63c2d050-4661-4553-bae1-42274bb8780c (11.01.2017)
4. Katılım Müzakereleri. URL: <http://www.abgs.gov.tr/index.php?p=37&l=1> = 1 (25.12.2016)
5. Katılım Müzakerelerinde Mevcut Durum. URL: http://www.abgs.gov.tr/files/fasillar/muzakere_surecinde_mevcut_durum.pdf
6. RtüK. Türk Vatandaşlarının Günlük Yaşamlarında Geleneksel Olarak Kullandıkları Farklı Dil ve Lehçelerde Yayın Yapan Yayın Kuruluşlarının Listesi (Yayında Olanlar). URL: <https://www.rtuk.gov.tr/yayin-izni-verilen-kuruluslar/5165/5046/yayin-izni-verilen-kuruluslar.html>
7. TRT El Arabia. URL: <http://www.trtarabic.tv>
8. TRT Avaz. URL: <https://www.trtavaz.com.tr>
9. TRT Kürdî. URL: <http://www.trtkurdi.com.tr>
10. TV 21. URL: <http://www.tv21.com.tr>

УДК 070

Г.Л. Арсентьева,

канд. филол. наук

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© Г.Л. Арсентьева

ОПЫТ КАЗАНСКИХ РАДИОСТАНЦИЙ В ИНТЕРНЕТЕ

Статья посвящена опыту появления и развития радиостанций в Интернете. В ней также классифицируются радиостанции, вещающие сегодня в Казани. Автор статьи делает попытку систематизировать знание о версионных сайтах радиостанций, работающих в казанском FM-диапазоне, и проследить за историей развития этих сайтов с начала 2000-х гг. по настоящее время.

Ключевые слова: радиовещание, радиостанция, Интернет, Казань.

The article is devoted to the experience of the emergence and development of radio stations on the Internet. It also classifies radio stations broadcasting in Kazan today. The author of the article makes an attempt to systematize knowledge about version sites of radio stations operating in the Kazan FM-band, and follow the history of the development of these sites from the early 2000s to the present.

Keywords: radio broadcasting, radio station, Internet, Kazan.

Интеграция радиовещания в цифровую среду сегодня находится на том уровне развития, при котором аналоговому радио осталось работать не больше года. Согласно Федеральной целевой программе на 2009–2018 гг. аналоговое радиовещание в России перестанет существовать с начала 2019 г. [2, с. 7]. Однако формирование на фундаментальной функциональной базе радио нового типа мультимедийных СМИ началось еще с конца 90-х гг. XX столетия, когда первая российская радиостанция – «Радио 101» – ушла из FM-диапазона в Интернет. Сегодня это большой музыкальный сетевой ресурс, включающий в себя он-лайн-вещание множества радиостанций, а также контент собственного производства, находящийся более чем под ста кнопками прямого эфира с музыкой различных направлений.

Система российского радиовещания сегодня довольно обширна и включает в себя радиостанции разных классификационных типов. Это федеральные, региональные и местные (городские) радиостанции, радиостанции государственные и частные, сетевые и локальные, информационные и музыкальные. Система включает в себя радиостанции разных нишевых и сегментных групп и направлений.

В Казани, как в одном из крупнейших российских городов, представлена вся палитра радиовещательной системы. И каждая из

тридцати четырех радиостанций имеет сегодня страницу в Интернете. Если 10–15 лет назад это был, скорее, вопрос престижа, и сайты выполняли основную и, зачастую, единственную функцию – промоушена, то сегодня для большинства радиовещательных компаний интернет-сайт становится не просто версией оффлайн-радио, но и возможностью заявить о радиостанции, как о мультимедийном ресурсе. Это, в первую очередь, направлено на привлечение дополнительной реальной аудитории и, во вторую очередь, на значительное увеличение аудитории потенциальной.

В связи с этим интересно для исследователей и для практиков радиобизнеса то, каким образом воплощаются радиостанции в Интернете, как влияет на этот процесс нахождение той или иной радиостанции в классификационной системе российского радиовещания, каков получается результат. Уже на протяжении нескольких лет Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям РФ представляет отраслевые доклады по радиовещанию, в которые включено развитие радиостанций в Интернете. Среди лидеров по развитию мультимедийных ресурсов встречаются и казанские радиостанции.

Отдельно стоит сказать о том, что мы подразумеваем под термином «казанская радиостанция». Можно условно поделить всё радио, которое вещает на территорию столицы Татарстана, на две большие группы. Во-первых, это те радиостанции, которые производятся непосредственно в Казани и Татарстане: «Болгар радиосы», «Радио Татарстана», «БИМ», «Миллениум», «Татар радиосы», «Кунел». Остальная часть занятых в FM-диапазоне частот принадлежит сетевым радиостанциям, в числе которых «Авторadio», «Европа Плюс», DFM, «Маяк», «Эхо Москвы», «Relax FM» и др. Это вторая группа, особенности которой мы рассмотрим на примере интернет-версий.

Все радиостанции, производимые в Казани, имеют свои интернет-страницы. Версии, как правило, соответствуют основному эфиру и выполнены в стилистике основной радиостанции. Общественно-политические новости как отличительная черта интернет-версии радио находятся на страницах «Радио Татарстана» и «Болгар радиосы». И та, и другая радиостанции в основной сетке вещания имеют новости, которые затем адаптируются под интернет-версию. Музыкальные радиостанции «БИМ», «Миллениум», «Татар радиосы» выполнены в стилистике, соответствующей музыкальному радио, и так же имеют новостные разделы, которые полностью посвящены новостям самих радиокompаний и выполняют функцию промоушена. Цветовая гамма выделяется у «Татар радиосы», интернет-версия которого выполнена в розовом цвете и включает довольно навязчивый визуальный ряд, что соответствует большей части музыкальных молодежных радиостанций не только в Казани, но и в стране в целом. Все станции на своих страницах имеют информацию о сотрудниках. Об активности сайтов можно судить по частоте обновляемой информации и по последним датам общения слушателей на форумах. По большому счету, информационные радиостанции более или менее активно обновляют только новости, музыкальные при этом активнее включены в обновление музыки и трек-листов. Это говорит о том, что якорными программами для новостных станций, очевидно, являются информационные программы. Для музыкальных – любая новая музыка, появляющаяся в эфире (если формат радио принадлежит к группе форматов Adult Contemporary) и программы хит-парадов (при формате Contemporary Hit Radio). В целом же можно сказать, что интернет-версии казанских радиостанций не столь активно продвигают мультимедийный контент и не используют полноценно все возможности сетевых ресурсов, которые можно было бы использовать для продвижения радиостанции и наращивания потенциальной и реальной аудитории.

Отдельно следует сказать, что современный радиобизнес, так или иначе, задействует Интернет в работе радио. И если интернет-версия может иметь лишь номинальный характер с низким функционалом, то эта же радиостанция может активно существовать в социальных сетях, полноценно используя все возможности таких ресурсов. Ярким примером такого взаимодействия со слушателями можно назвать казанское радио «БИМ». По данным Роспечати, уже несколько лет подряд эта радиостанция входит в число лидеров среди радиостанций Приволжского федерального округа в части использования социальной сети для внутреннего промоушена [2, с. 51]. В частности, ежегодно «БИМ» увеличивает число участников группы радио в социальной сети «ВКонтакте» на 20 тысяч человек и сегодня число участников группы стремится к 100 тысячам. Это означает, что радиостанция ежедневно имеет возможность приглашать участников группы на различные мероприятия, проводимые радиостанцией, и также вбрасывать новости радиокomпании в ежедневные индивидуальные новостные ленты.

Довольно любопытен опыт сетевых казанских радиостанций в Интернете. Строящиеся на базе радио, производимого чаще всего в Москве, сетевые радиостанции имеют возможность активно развиваться на уже созданных площадках, зарекомендовавших себя в радиобизнесе и зарабатывающих годами, иногда десятилетиями («Европа плюс», «Эхо Москвы», и т. д.). Это касается и страниц в Сети, и основного эфира. Полностью готовая и отработанная упаковка, установленный радиоконтент как музыкальный, так и информационный, манера ведения эфира, подачи новостей – все это по условиям сотрудничества внутри сети остается неизменным, т.к. только в таком случае радиостанция узнаваема, независимо от города вещания. Как правило, программы приветов, реклама, иногда новости производятся в городе вещания. Что в таком случае происходит с интернет-версией? Чаще всего версия основного сайта радио дублируется с изменением названия, которое носит город

вещания, к примеру, радиостанция «Эхо Москвы» имеет и основной сайт, и сайт «Эхо Москвы в Казани» (по названию местного включения радио). Этот ресурс предлагает, в первую очередь, местные новости – тот контент, который ценен именно своим отличием от основного эфира в части территориальной близости к жителям города вещания радиостанции.

Интернет-версии работающих в FM-диапазоне радиостанций в некоторых научных работах делятся на три основных вида: сетевые визитки, сетевые фэнзины и информационно-развлекательные порталы [1]. Это деление обусловлено структурными элементами сайтов и выполняемыми ими функциями. Сетевые визитки сегодня практически не используются радиостанциями в том виде, в каком они существовали в начале столетия. Визитки были весьма популярны по нескольким причинам. Во-первых, они заказывались у веб-дизайнерских студий, освобождая радиокomпанию от найма дополнительных сотрудников, во-вторых, визитка выполняла главную функцию – промоушен основного эфира, в-третьих, наличие визитки уже давало возможность в эфире называть адрес радиостанции в рунете, что повышало престиж радио и говорило о его общей состоятельности и современности. По-настоящему визитки интересовали будущих рекламодателей, для них они и существовали. Основное отличие визитки от ресурсов других типов – ее поверхностность, ограниченность информации, малое число кнопок, отсутствие глубокого меню, отсутствие обратной связи. Главное, что должна была содержать визитка – название радио, частоту, город вещания, логотип и слоган, а также прайс-лист и сетку вещания. Изредка здесь помещалась информация о ведущих радио.

Фэнзины, по мнению специалистов, сегодня также уходят из рунета, главная причина этого – отсутствие дохода от деятельности таких сайтов, т.к. в большинстве своем они создавались фанатами и для фанатов на чистом энтузиазме. Основная группа версионных

сайтов, которая сегодня активно развивается, – информационно-развлекательные порталы. При этом если в начале века такие сайты принадлежали, в основном, крупным информационным радиостанциям, то сегодня многие музыкальные радиоканалы выстраивают свои сайты по этому принципу. Основные отличительные черты таких сайтов – глубокая наполняемость и мультифункциональность, которые дают теоретикам право считать таковые ресурсы не просто дополнением к основному эфиру, а самостоятельными СМИ, действующими под теми же логотипами, но имеющими свое собственное наполнение, и, что немаловажно, свою уникальную аудиторию, отличную от аудитории основного радио.

Если местные (локальные и региональные) казанские радиостанции до сих пор демонстрируют отношение к сайтам, как к дополнению основного эфира, вынося на первое место функцию промоушена, то многие сетевые федеральные радиостанции выбирают тип информационно-развлекательных порталов. При этом радио, относящееся к информационному (информационно-музыкальному) типу, делает упор в своем сетевом ресурсе на разнообразный новостной контент, активно наполняет архив, проводит опросы, публикует интервью, размещает аналитические программы. Например, так работают сайты радиостанций «Эхо Москвы», «Маяк», «Вести FM». Если радиостанция музыкальная (музыкально-информационная), то сетевой ресурс наполняется широким промо-контентом, музыкальными хит-парадами, в которых широко используются технические возможности Интернета, но самое главное на что делают ставку создатели таких сайтов сегодня – это расширение мультимедийности таких ресурсов за счет подключения дополнительных музыкальных кнопок, под каждой из которых транслируется музыка определенного стиля или направления. Ярким примером такого сайта является сайт

радиостанции «Европа плюс», которая активно работает в Казани на частоте 106.8 FM.

Несколько изменилось за почти два десятилетия и отношение к веб-камерам на версионных сайтах радиостанций: если в начале нулевых веб-камеры активно использовались и в фэнзинах, и на информационно-развлекательных порталах, то сегодня Роспечать констатирует малую активность этого дополнения к сайтам, аудитория не проявляет высокого интереса к тому, что происходит в радиостудиях. Несмотря на это, технически помещение веб-камеры на сайт заметно усложнилось – если раньше камера, стоящая в студии, обновляла изображение, передаваемое на сайт, каждые три секунды, то сегодня идут непрерывные трансляции, которые особенно ценны в том случае, если в студию приходят именитые гости.

Таким образом, говоря об опыте казанских радиостанций в Интернете за последние двадцать лет, можно сделать следующие общие выводы: 1) радиостанции, производимые в Казани, развивают сайты менее стремительными темпами в отличие от сетевых радиостанций, уделяя внимание, в основном, социальным сетям; 2) некоторые сетевые радиостанции имеют сайты, сделанные специально под город вещания, которые содержат региональную либо местную информацию; 3) сетевые радиостанции за указанный период претерпевают значительные изменения в отношении развития версионных сайтов: некоторые их виды уже не существуют, другие развиваются до масштабов полноценных мультимедийных ресурсов; 4) мультимедийные ресурсы, построенные на основе брендов FM-радиостанций, приобретают дополнительную потенциальную и реальную аудиторию.

Литература:

1. Колодкин В.А. Радиовещание в Интернете: Принципы функционирования, типология и структура сайтов: диссер. ... канд. филол. наук: 10.01.10. – Тольятти, 2005. – 176 с. [Электронный ресурс]. URL: [http:// www.dslib. net/ zhurnalistika/radiovewanie-v-](http://www.dslib.net/zhurnalistika/radiovewanie-v-)

[internete-principy-funkcionirovaniya-tipologija-i-struktura-sajtov.html](http://www.fapmc.ru/mobile/activities/reports/2017/teleradio.html)

(дата обращения: 27.01.18).

2. Российское телерадиовещание и Интернет. Отраслевой доклад. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fapmc.ru/mobile/activities/reports/2017/teleradio.html> (дата обращения: 22.01.18).

УДК 070

А.М. Газтдинова

магистрант

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© А.М. Газтдинова

ТИПОЛОГИК ҮЗЕНЧӘЛЕКЛӘРНЕҢ КАБАТЛАНМАС БАСМА ТУДЫРУДАГЫ РОЛЕ

(«МӘДӘНИ ЖОМГА» ГАЗЕТАСЫ МИСАЛЫНДА)

В статье рассмотрены типологические особенности газеты «Мәдәни жомга». На основе проведенного исследования был сделан вывод, что типологические признаки газеты «Мәдәни жомга» позволяют определить данное издание как уникальное. Уникальность газеты заключается в сочетании признаков общественно-политического издания и литературной газеты. И общественно-политическое издание, и литературная газета относятся к качественной прессе.

Ключевые слова: журналистика, типология, общество, политика, качественная пресса, аудитория.

The article considers typological features of the newspaper «Мәдәни жомга» («Cultural Friday»). On the basis of the study it was concluded that the typological features of the newspaper «Мәдәни жомга» («Cultural Friday») allow defining this edition as unique. The uniqueness of the newspaper is a combination of features of the social-political publication

and a literary magazine. And socio-political publication and literary newspaper belong to the quality press.

Key words: journalism, typology, society, politics, quality press, audience.

Жәмгыять һәм дәүләт. Бу ике төшенчә тормышның һәр даирәсенә үтеп кергән, бар гамәлне үзенә буйсындырган. Шәхеснең үзенеке дияргә бары тик рухи дөньясы гына кала, анысы да жәмгыять тормышының бер өлеше булып тора.

Дәүләт – жәмгыятьнең төп элементы һәм тарихи үсеш буенча соңгы үре. Дәүләтнең ни дәрәжәдә оешкан, көйләнгән булуы аның чын мәгнәсендә дәүләт булып өлгергәнлеген яки өлгерү юлында гына икәнлеген ачыклай.

Сәясәт дәүләт институтына да үтеп керә, жәмгыятьнең аерым мөһим бер өлеше дә булып тора. Юкка гына төрле тармактагы аерым институтларга (журналистика, жәмгыять тормышы һ.б.) ижтимагый-сәяси дигән сыйфатламаны такмыйлар. Бу сыйфатлама шушы институтның, күренешнең жәмгыятьнең башка элементларына аеруча нык йогынты ясавын, хәтта жәмгыятьнең «тоткасы» булуын дәлилли.

Жәмгыятьнең тагын бер мөһим өлеше – жәмгыять рухи үсеш. Нәкъ менә жәмгыять эгъзаларының фикерләү һәм аң үсешендә аерым бер дәрәжәгә ирешүе – жәмгыятьнең югарырак үргә күчүенә сәбәп һәм этәргеч булып тора. Шуңа күрә жәмәгатьчелекнең рухи, мәдәни тормышының артка да тайпылмыйча, бер урында да таптанып тормыйча алга баруы зарур. Моңа әйдәүче булып матбугат тора. Ләкин искәртеп китәбез: рухи яктан үстерүче буларак бары сыйфатлы (качественная) прессаны гына атарга мөмкин. Сыйфатлы пресса (quality paper — *инглиз.* төпле, житди, саллы газета) дип зыялы, урта һәм югары керемле укучыга исәпләнгән басмаларны атыйлар [1, б. 104].

«Сыйфатлы газеталар һәм журналлар аналитик, журналистик һәм полиграфик яктан югары дәрәжәдә торалар» [2, б. 34]. Шулар ук

вакытта А.А. Грабельников искәрткәнчә: «Берничә төр басманың сыйфатларын үзләрендә туплаган катнаш газеталар да бар. Еш кына бу ысул укучылар санын арттырып газета тиражын күтәрү өчен махсус ясала (бер үк басмада эшлекле кешеләр өчен югары сыйфатлы материаллар һәм массалы укучы өчен күңел ачу-мәгълүмати һәм белешмә-рекламалы язмалар бергә тәкъдим ителә)» [2, б. 34]. «Коммерциягә корылган, сәясәткә кагылышы булмаган журналистика киң таралу сәбәпле ижтимагый-сәяси басмаларның диапазоны тарая. Күп кенә газета редакцияләрендә гомумсәяси һәм мәгълүмати-коммерцияле, сыйфатлы һәм массалы басма элементларын берләштерергә тырышалар. Региональ журналистикада төп рольне барыбер ижтимагый-сәяси басмалар уйный» [2, б. 45–46]. Роскомнадзорның «әгәр басма тулаем Россия Федерациясе яки бөтен дөнья буенча сәяси вәзгыятьне яктыртып килмәсә, ул ижтимагый-сәяси басма дип саналырга хаксыз» дигән позициясе [3] ижтимагый-сәяси дип санарлык басмаларның санын катгый рәвештә киметмәсә һәм күп очракта журналистика теориясендә хакимлек иткән классификацияне юкка чыгармаса, бу фикер белән килешеп булыр иде. Әйтеп узган классификация нигезендә тематик юнәлеш буенча басмалар эшлекле, күңел ачу, сәяси һ.б. бүленәләр. Кайбер очракта басманы тәгаен бер типка карый дип әйтеп тә булмый («басма тибы – ул чынлыкта эшләр килүче гаммәви мәгълүмат органнары арасында азрак яки күбрәк дәрәжәдә кабатланып килгән гомумиләштерелгән образ (грекчадан тәржемәсе – «эз»). Типология – газетаны (журнал, телерадиограмма) уртак сыйфатлары нигезендә фәнни өйрәнү, фәнни системалаштыру, классификацияләү методы (шулай ук нәтижәсе дә)» [4]). Моңа гади мисал булып Почта России сайтында язылу бүлегендәге мәгълүматне китерик [5]. Татарстанда бастырыла торган ике газетаны алсак – «Татарстан яшьләре» һәм «Мәдәни жомга»: ике газета да атнага бер тапкыр чыга; «Татарстан яшьләре» тематик яктан универсаль эчтәлекле басма буларак билгеләнсә [6],

«Мэдэни жомга» газетасы тематикасы буенча әдәби-нәфис басмаларга һәм универсаль әчтәлекле басмага да карый [7]. Чынлап та, «Мэдэни жомга» газетасы – уникаль басма, чөнки контентында әдәби газета һәм ижтимагый-сәяси басма сыйфатларын туплый. Басманың уникальлеге, бер яктан, ике типны үзәндә берләштерүе булса, икенче яктан, әдәби газета да, ижтимагый-сәяси дип аталырлык басмалар да асылда сыйфатлы пресса рәтенә керә. Әлбәттә, массалы укучыны жәлеп итәр өчен газета битләренә гороскоп, дөнъяда булган кызыклы, сирәк хәлләргә дайджест кертәп жиберә, әмма нигездә газетада аналитик, фәнни-популяр, әдәби-нәфис мәгълүмат туплана.

«Мэдэни жомга» газетасының нинди типологик сыйфатлары аны уникаль басма итеп тудыра?

«...нәшир, басманың максаты һәм бурычлары, укучыдан торган өчлек – басманың тибын билгеләүче төп сыйфатламалар. Һәрвакыт иң башта басманың проекты булдырыла. Проект төзеләп, тип формалашкач кына калганы – эчке төзелеше, материал жанрлары, тираж, күләм, бизәлеш, тел һәм стиль оеша. Нәкъ менә тип барысын билгели һәм төзи», дип саный А.И. Акопов [8, б. 144]. Бүгәнгә көн таләпләренән чыгып, басма тибына нигез салучы факторлар дип басманың максаты, журналистика тибы, материалларның жанры һәм тәкъдим итү формасы, тел һәм стильне билгеләргә мөмкин. Моның дәлилләре безгә төпле дип күренә.

Басманың максаты дип мәгълүмат житкерү, гыйлем тарату, тәрбия, өйрәтү, фәнни коммуникацияне һ.б.ны атарга мөмкин. Димәк, куелган максат материалны тәкъдим итү ысулын, басма контентын, авторлар составын, жанрлар төрлеләген, аудиторияне билгели дигән нәтижә дә киләп чыга.

Шулай итеп, журналистика тибы басма максатына бәйлә һәм шулай ук контент, аудиторияне билгеләүче фактор да булып тора.

Жанрлар һәм материалны тәкъдим итү формалары аудиториянен үзенчәлеген билгели, контентка бәйле. Контент, үз чиратында, басма максатына турыдан-туры бәйле.

Басманың авторлар составы тел һәм стильне билгеләп торса, икенче яктан, басма тарафыннан кабул ителгән тел һәм стиль үзенчәлекләре авторлар составына йогынты ясый. Ягъни: тел һәм стиль авторлар составына бәйле, әмма авторлар составы басмада кирәкле дигән саналган жанрларга һәм басманың теленә бәйле.

«Мәдәни жомга» газетасына килсәк, бу газета үзен жәмгыятьнең рухи дөньясын, мәдәни тормышын яктыртып килүче махсуслашкан басма итеп танытты. Эчтәлегендә әдәбият һәм сәнгать, тарих, фән, гыйлем бирү, әдәп һәм тәрбия, дин мәсьәләләрен күтәргән, атаклы язучы, журналист, галим, композитор, рәссам, артистлар чыгышларына нигезләнгән, проза һәм шигърият эсәрләрен, файдалы киңәшләр, укучы хатларын, дайджестны туплаган басма булып тора [9]. Мәдәниятне яктыртучы материаллар күпчелекне алып тора, әмма ижтимагый-сәяси темаларны күтәрүче язмалар да шактый. Шуңа күрә, бу басманың тибен билгеләгәндә авырлык килеп туа (сәяси басмамы ул, әдәби газетамы һ.б.), чөнки газета үзгәндә ижтимагый-сәяси һәм әдәби газета сыйфатларын туплай. Шуңа ук вакытта газетаның тәжрибәле журналистлар, язучылар, тарихчылар, галимнәр, укучылар, мәдәният хезмәткәрләре, жәмәгать эшлеклеләре һ.б.дан торган авторлар составын да типологик үзенчәлек дигән атап була. Авторларның күбесе берничә өлкәдә (мәсәлән, язучы-галим-жәмәгать эшлеклесе) зур дәрәжәгә ирешкән шәхесләр (В. Имамов, Ф. Уразай, Т. Галиуллин, Х. Миңнегулов, Ф. Бәйрәмова, Н. Сафина, Ф. Хужахмәт, М. Хәбәтдинова һ.б.) булуы да аерым игътибарга лаек. Зыялы авторларның ижаты, язмаларында күтәрелгән проблемалар, борчыган сораулар да «Мәдәни жомга»ның контент дәрәжәсен югарыда тота, тел ягыннан камил, актуаль, кызыклы, зәвыклы газета

тудыра. Нәкъ шушы фактор басманың аудиториясен билгели һәм сыйфатлы пресса калыбына кергүче шарт булып тора.

Димәк, «Мәдәни жомга» газетасы – сыйфатлы прессаның бер үрнәге; ижтимагый-сәяси басма һәм әдәби газета сыйфатларын үзәндә туплаган уникаль (кабатланмас) басма. Газетаның уникальлегенә ике төрле типны берләштерү һәм шушы типларның икесенә дә сыйфатлы прессага каравы нәтижәсендә ирешелә. Газетаның авторлар составы, типологик билге буларак, басманың тибын формалаштыра һәм сыйфат ягыннан югары дәрәжәдәге газета тудыра. Шул ук вакытта авторлар составы һәм басманың максаты газета контентын һәм укучы аудиторияне билгели.

Ил күләмендә барласак та, аерым төбәкне игътибарга алсак та – матбугатта сыйфатлы пресса дип саналган басмалар күп түгел. «Мәдәни жомга» газетасы – нәкъ шундый саллы басмаларның берсе. Газета үзенең күпкырлы контентында татар милләтенең мәдәни тормышы белән беррәттән, ижтимагый яшәешнең төрле өлкәләренә, шулай ук тарихка һәм сәясәткә киң урын бирә, вәзгыятькә анализ ясый, алдагы тормышка фараз кыла.

Әдәбият:

1. Лозовский Б.Н. Журналистика и средства массовой информации. – Екатеринбург, 2007.
2. Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе. – М.: РИП-Холдинг, 2007.
3. Мингинос В.П. Характеристика общественно-политической прессы как типа издания, повествующего об экономике // Современная филология: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Уфа, июнь 2014 г.). – Уфа, 2014. – С. 139–143.
4. <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/>.
5. <https://podpiska.pochta.ru/>.
6. <https://podpiska.pochta.ru/press/%D0%9F2289>.
7. <https://podpiska.pochta.ru/press/%D0%9F2355>.

8. Акопов А.И. Некоторые вопросы журналистики: история, теория, практика (публикации разных лет). – Ростов-на-Дону, 2002.

9. <http://madanizhomga.ru/tt/o-gazete.html>.

УДК 070.19

В.З. Гарифуллин,

д-р филол. наук, профессор

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© В.З.Гарифуллин

ЖУРНАЛИСТ Г. МАКСУДОВ МИРАСЫ

Статья посвящена изучению роли выдающегося татарского ученого и журналиста Гаяса Максудова в становлении и развитии специализированного педагогического журнала на татарском языке «Магариф» («Просвещение»). Издание является продолжателем традиций дооктябрьской национальной журналистики. После того, как в 1918 году журнал был восстановлен талантливым писателем и общественным деятелем Галимджаном Ибрагимовым, его руководителем стал соратник Ибрагимова, известный к тому времени общественный деятель и ученый-математик Гаяс Максудов. Под его руководством «Магариф» стал центром национально-культурной жизни татар, освещал широкий спектр вопросов – проблемы экономики и политики, села и города, науки и образования, вопросы развития татарской культуры. На его страницах публиковались статьи многих известных политических и общественных деятелей. Журнал стоял у истоков латинизации татарской графики и терминообразования в области науки и просвещения. Впоследствии Гаяс Максудов стал жертвой сталинских репрессий.

Ключевые слова: Гаяс Максудов, журнал, педагогика, образование, наука, язык, терминология.

The article is devoted to study the role of the outstanding Tatar scientist and journalist, Gajas Maksudov in the formation and development of specialized pedagogical magazine in the Tatar language. Edition is the successor of pre-revolutionary national traditions of journalism. In 1918, the magazine was restored by a talented writer and public figure Galimdzhan Ibragimov. Then her head became a colleague Ibragimova, known by that time, public figure and mathematician, Gajas Maksudov. Under his leadership, "Education" became the center of cultural life of the Tatars. He covered a wide range of issues - issues of Economics and politics, villages and cities, science and education, development of Tatar culture. On its pages, published articles by many well-known political and public figures. The magazine was at the forefront of the romanization of Tatar literature and education terms. Subsequently, Gajas Maksudov was a victim of Stalinist repression.

Key words: Gajas Maksudov, journal, pedagogy, education, science, language, terminology.

2018 елда татар телендә тәрбияви-педагогик басмалар чыга башлауга 110 ел, тарихта зур эз калдырган «Мәктәп» басмасына 105 ел, аның дәвамчысы буларак совет чорында нигез салынган һәм бүген дә нәшер ителеп килүче «Мәгариф» журналына 100 ел тула.

1918 елның ноябрдә Казанда чыга башлаган «Мәгариф» журналы революциягә кадәр чыккан татар матбугатының тематик юнәлешләрен уңышлы дәвам итә. «Мәгариф»нең оештыручысы һәм иң беренче мөхәррире Галимжан Ибраһимов була, мөселман мәгариф халык комиссары Шәһит Әхмәдиев аңа ярдәм итә. Журнал рәсми, тәрбияви, әдәби, фәнни бүлекләрдән тора. Мәктәпне тормышка якынайту, мәктәпкәчә, мәктәптән соң тәрбия, гомумән, уку-укуыту эшләренә багышланган мәсьәләләргә киң урын бирелә. Бу юнәлештәге күпчелек материаллар рус журналларынан турыдан-туры тәржемә итеп бирелсә, укуыту программалары татар мәктәпләре

өчен яраклаштырып тәржемә ителә. Гражданнар сугышы чорында журнал эшен туктатып тора, 1921 елда кабат басыла башлый. Журналның тематик диапазоны киңәя, ул мәгариф өлкәсен генә түгел, әдәбият, мәдәният өлкәләрен дә киң колачлый.

Революциядән соңгы елларда бөтен мәдәни тормышыбызның үзәге булып торган әлеге басманың мөхәррирләре арасында танылган галим һәм жәмәгать эшлеклесе Гаяс Максудов исем аерым урын алып тора.

Гаяс Максудов 1891 елда Теләче районының Югары Кибәхужа авылында Гыйсаметдин мулла гаиләсендә туа. Ишле гаиләдә уника баланың берсе була ул [1]. Биш-алты яшендә үк ул эти-әнисеннән хәреф танырга өйрәнә һәм кечкенәдән үк китап укырга һәвәс булып үсә. 1904 елда аны укуын дәвам итү өчен Югары Кибәхужадан кырык чакрымдагы Кышкар мәдрәсәсенә илтеп урнаштыралар. Сүз уңаеннан, Кышкар мәдрәсәсе татар милләте өчен язучы һәм журналистларны күпләп тәрбияләп биргән уку йорты, шул исәптән биредә Гаясның бертуган энесе, танылган татар язучысы Мәхмүд Максуд та белем алган.

Белемгә сусаган, дөньяны күбрәк күрергә омтылган егет Кышкарда озак тоткарланмый, Оренбургка юл тотта. 1905 елның көзеннән ул биредәге «Хөсәения» мәдрәсәсендә белем ала башлый, тырышлыгы белән таныла, бигрәк тә ризият (математика) дәрәсләреннән яхшы өлгерә. Шунны исәпкә алып, уку елының икенче яртысында аны интернатта бушлай торучылар исемлегенә кертәләр. Ул чордагы татар шәкертләре, жәй буге төрле кара һәм авыр эшләр эшләп, кышлык акча хәзерләргә тиеш булалар. Мәкәржә ярминкәсенә барып, пешекче, официант булып эшлиләр, балык промыселларында бил бөгәләр, пристаньнарда грузчик, носильщик булып жәйне үткәрәләр. Татар шәкертләренең бу ачы язмышын Гаясга да шактый татырга туры килә...

1905 елгы революция тәэсирендә «Хөсәения»дә шәкертләр хәрәкәте шактый көчәеп китә. Шәкертләр мәдрәсә администрациясе

алдына байтак таләпләр куялар. Идәрә ул таләпләрне тулысынча канәгатьләндермәгәч, шуңа протест йөзеннән, 1907 елда 40 лап шәкерт мәдрәсәне ташлап чыга. Гаяс бу хәрәкәтне башлап йөрүчеләрнең берсе була. Мәдрәсәне ташлап чыккан шәкертләр, оешкан рәвештә, хәзерге Әгерҗе районы Иж-Буби авылындагы мәдрәсәгә барып керәләр. Мәдрәсә, авыл жирендә булуга карамастан, төрле фәннәр, рус теле һәм башка телләр укытылу ягыннан заманына күрә бик алдынгы санала. Нәкъ менә шушында Гаяс шәхес буларак формалаша. Ул инде милләткә хезмәт итеп, зур эшләр башкарырга, моның өчен математика мөгаллиме булырга карар кыла. Моның өчен, әлбәттә, мәдрәсә белеме генә җитми. 1909 елда 18 яшьлек татар егете, Кара диңгезне кичеп, Төркиягә барып җитә, Истанбул шәһәрендәге лицейларның берсенә укырга керә. Лицейда укыганда ук Европада белем алу турында хыяллана. Лицейны тәмамлау белән Бельгиянең Льеж университетына барып керә. Ләкин бу уку йортын тәмамлый алмый: Беренче Бөтендөнья сугышы башлана, шәһәрне немецлар оккупацияли. Гаяс Бельгиядән китәргә мәҗбүр була. Ләкин сугыш аркасында һәм революция аркасында туган илгә кайта алмый, кире Истанбулга китә һәм анда университет тәмамлап, лицейда һәм укытучылар семинариясендә математика укыта башлый.

Чит илдә зур белемнәр туплаган егет Россиягә 1919 елда гына әйләнеп кайта ала. Әле анда да Одессага кадәр генә. Ул биредәге татар мәктәпләренең берсенә мөдир булып урнаша. 1920 елның июнь аенда Мәскәүгә кайта. Аннан озакламый Гаясны Казанга жиберәләр. Бу нәкъ Татарстан республикасы төзелгән чор була. Профессор Хәмит Мөштәриненң Галимжан Ибраһимов турында язган истәлегендә: «Ул вакытта математиклардан югары белемле кеше Гаяс Максудов белән мин генә идек», диюе бик хаклы [2; 123 б.].

Гаяс Максудов, югары белемле математик булу өстенә, күп кенә чит телләр дә белә. Ул, үз профессиясе буенча тар белгеч булып кына калмый, ә киң колачлы, күп кырлы белгеч буларак, үзенә

тапшырылган эшләрнең барысына да зур теләк һәм инициатива белән алына. Бу елларда ул башкарган эшләрне санап кына чыгу өчен дә күп урын кирәк булыр иде. Ул фикердәше Галимжан Ибраһимов белән Татарстан АССР Мәгариф халык комиссариатының Гыйльми үзәген оештыруда катнаша, 1922 елдан башлап аның житәкчесе була. Шулай ук Үзәк мөселман хәрби коллегиясендә матбугат бюросы начальнигы; «Кызыл Армия» газетасының вакытлы редакторы, Шәрәк академиясе каршындагы эшчеләр факультетын оештыручы һәм аның мөдире; Татарстан Мәгариф комиссариатында тәржемәчеләр секторы начальнигы.

Галимжан Ибраһимов белән бергә ул «Мәгариф» журналын совет чорында яңадан оештырып жиберүче буларак күп хезмәт башкара. Журналның башлангыч чорында берничә ел буена аның жаваплы мөхәррире була. Бу вазыйфаны 1921 елдан 1925 елга кадәр башкара. Бер үк вакытта Г. Максудов мәгариф темасына язылган күп санлы мәкаләләр авторы да. Аның педагогика-методика, мәгариф системасы, әдәби тел, орфография һәм башка темаларга караган күп мәкаләләре популярлык казана.

Журнал Гыйльми үзәк белән берлектә, татар һәм рус галимнәрен жыеп, мәгариф өлкәсендә ашыгыч хәл ителергә тиешле күп төрле проблемалар өстендә ныклап эшкә керешә. Ә андый проблемалар житәрлек: революциядән соң киңәеп киткән эш мәктәпләре чөлтәрен укытучылар белән тәмин итү, яна мәктәпләр өчен программа һәм дәреслекләр төзү, фәнни терминологияне рәткә салу, күптән үк башланган, ләкин әле һаман хәл ителмәгән хәреф, имла мәсьәләсен хәл итү һ. б. Журнал житәкчесе булу математика белгече булган Гаяс Максудовны мәгариф өлкәсенә кагылышлы барлык мәсьәләләр белән дә актив шөгыльләнәргә мәжбүр итә. Мәсәлән, ул Гыйльми үзәктә терминология комиссиясе рәисе вазыйфасын үз өстенә ала. Әлегә комиссия житәкчесе буларак, аның иң беренче эше элек бездә кулланып килгән цифрларны хәзерге һәм барлык халыклар өчен

уртак гарәп цифрлары белән, ә математика, физика, химия һәм башка фәннәрдә кулланыла торган тамгаларны латин хәрәфләре белән алмаштыру була.

Татар зыялылары арасында беренчеләрдән булып, Гаяс Максудов гарәп графикасын латинныкы белән алыштыру идеясе белән чыга. Бу мәсьәлә башта мәгариф хезмәткәрләре катнашындагы утырышка куела. Утырыш 1920 едның декаберндә була һәм анда Гаяс Максудов төп доклад белән чыгыш ясый. Әлеге чыгыш 1921 елда «Мәгариф»нең 1-2 нче санында басылып та чыга. Соңрак ул латин графикасын гамәлгә кую буенча Методик бюроны җитәкли башлый.

Шулай итеп, Гаяс Максудов тарихка татар графикасын “Яңалиф”кә алыштыру инициаторы буларак кереп калды. Ул җитәкләгән “Мәгариф” журналы исә шушы зур эшне тормышка ашыруда төп лаборатория ролен һти.

Бу чорда терминология мәсьәләсе дә кискенләшә. Яңа терминнар ясау мәсьәләсендә ике лагерь формалаша. Аның беренчесе – татар теленә яңа терминнар буларак турыдан-туры рус теле сүзләрен алу яклылар. Бу төркемне күренекле жәмәгать эшлеклесе С.Атнагулов җитәкли. Икенче төркем исә халыкара терминологиягә йөз тотта. Әлеге галимнәр төркемен Г. Максудов җитәкли. Кызу бәхәс-дискуссияләр башлана. Беренче төркем тарафдарлары телебезгә турыдан-туры рус сүзләрен күчереп утырту белән генә чикләнмичә, мөмкин кадәр тизрәк кириллицага күчүне, татар мәктәпләрендә барлык фәннәрне рус телендә генә укытуны яклап чыгалар. Ләкин Гаяс Максудов җитәкләгән төркем бу көрәштә җиңеп чыга һәм бу егерменче-утызынчы елларда телебезне саклап калу һәм үстерү юнәлешендә зур бер казаныш буларак каралырга лаек.

Озакламый Г. Максудов җитәкләгән терминология комиссиясе тагын бер зур уңышка ирешә, беренче тапкыр татарча математика терминнары эшләнә. Бу уңайдан фикер алышу тамгалар, терминнар мәсьәләсе белән генә чикләнәп калмый, гомумән татар әдәби теле һәм

аның компонентлары турында сөйләшү төсен ала. Гаяс Максудов үз чыгышларында иң житди мәсьәләләрне алга сөрә. Телдә «саф татарчалык» ягында торучылар, мәсәлән, татар әдәби теленә башка телләрдән сүзләр алуга каршы булалар. Алар карашынча, халык телендә йөрәп тә моңарчы әдәби телгә кермәгән сүзләр, шулай ук борынгы татар телендә булып та хәзер онытылган сүзләр, (мәсәлән, мәдир урынына – узаман, секретарь урынына – язгын, документ урынына – бөти) гражданлык алырга тиеш. «Мәгариф»нең 3-4 нче санында Гаяс Максудов, боларга жавап рәвешендә, «Караш аермалары» дигән мәкаләсе урнаштыра. Мәкаләдә фәнни тамгалар мәсьәләсенә гомумән язу, бигрәк тә тел мәсьәләсенә катнашы юклыгы әйтелә, «катгый ихтыяж аңлашылып житсә, язу өчен да латинча алырбыз, бу киләчәк өчен бер хәзерлек булыр» диелә.

Татар әдәби теле ничек булырга тиешлек мәсьәләсенә тукталып, Гаяс Максудов бер генә культуралы телнең да үз сүзләре белән генә чикләнәп кала алмавын әйтә. Гаяс Максудов әдәби һәм фәнни бөтен бер татар теленә төп принципларын аңлатуга, киң массага аңлаешлы татар әдәби теле булдыру юлындагы практик чараларга аеруча зур игътибар бирә. Ул әдәби телнең башка телләр йогынтысыннан изоляцияләнгән булуын мөмкин санамый. Телебезгә халыкара сүзләрнең һаман күбрәк керә бара чагын, рус һәм башка халыклар теле йогынтысын да таный. Әмма башка телләрдән сүзләр алуда билгеле принциплардан чыгып эш ителергә, башбаштаклыкка юл куелмаска тиеш, ди.

Гаяс Максудов орфография мәсьәләсендә дә киң халык массасы өчен уңайлыкны беренче планга куяы. Ул, мәсәлән, орфография мәсьәләләре буенча 1929 елның 23 маенда үткәрелгән конференциядә чыгыш ясап, орфографиянең тар лингвистлар өчен генә булмавын, халык куллануы өчен уңайлы орфография эшләнәргә тиешлеген ассызыклай, фонетик принцип белән кирәгеннән артык мавыгуны тәнкыйть итеп, күп кенә практик тәкъдимнәр ясый [3].

Гаяс Максудовның ул чордагы актив эшчәнлеге таң калырлык. Ул төп эшләрәнән аерылмыйча, Казан дәүләт университетының математика факультеты профессоры И.М. Гагаев житәкчелегендә аспирантура үтә, «Дифференциаль тигезләмәләрне академик Чаплыгын ысулы белән якынча интеграллаштыру» дигән темага кандидатлык диссертациясен яклай. Бу хезмәт чит ил журналларында да басылып чыга. Фән кандидаты дигән гыйльми дәрәжәле Гаяс Шәрык педагогия институтында, Казан төзүче инженерлар институтында, Казан дәүләт университетында математикадан дәресләр бирә. Жәмәгать эшләрәндә дә актив катнаша: ул Казан дәүләт университетында һәм аның физика-математика факультетында Совет члены, Мәгариф эшчеләре союзының президиум члены, фән эшчеләре секциясенәң председателе, «Татарстан» газетасында редколлегия члены, Татарстанны өйрәнү һәм Татар педагогия жәмгыятьләрендә рәис урынбасары, Казан шәһәр Советы члены... Аның татар урта мәктәпләре өчен бастырып чыгарган алгебра һәм тригонометрия дәреслекләре, оригинал хезмәт буларак, үз вакытында тиешенчә бәяләнде һәм Татарстан математика тарихында билгеле урынны алды. Аның «Кыскача алгебра дәресләре» (1923), «Алгебра дәресләре» (1929), «Туры сызыклы тригонометрия» (1929) дәреслекләре заманында зур популярлык казанды.

1929 елда Гаяс өстендә “кара болытлар” куера башлай. Аны педагогия институтында солтангалиевчеләр төркеме оештыруда, контрреволюцион эшчәнлектә гаеплиләр. Эш шунда ки, ул 1923 елда 15 күренекле шәхес арасында М.Х. Солтангалиевне яклап Мәскәүгә хат язган була, соңрак язылган хатларга да кул куя. Шушыларны искә алып, ул партиядән куыла, эшсез кала [4]. Эзәрлекләүлздән качып, Гаяс Максудов 1936 елда Үзбәкстанга китә, Сәмарканд университетында укыта башлай. Ләкин Сталин шымчылары аны бик тиз табалар, ул “русларга карата нәфрәт тудыруда” гаепләнә һәм

1937 елның 13 ноябрәндә 10 елга хөкем ителә. 1942 елда төрмәдә вафат була. Аның исеме 1957 елда гына реабилитацияләнгән [5, 24 б.].

Татарлардан физика-математика фәннәре буенча беренче фән кандидаты, “Яңалиф” графикасын гамәлгә куюда башлап йөрүче, “Мәгариф” журналының совет чорындагы күренекле баш мөхәррире Гаяс Максудовның фәнни һәм ижади мирасы алга таба да өйрәнелергә, тешле бәясен алырга хаклы. Ул – чын галим һәм сәләтле журналист, олы шәхес һәм милләтпәрвәр зат буларак бүгенге көн зыялылары өчен дә үрнәк.

Әдәбият:

1. Лотфи Г. Уникенәң берсе // Казан утлары. – 1971. – №4. – 124–127 б.
2. Галимжан Ибраһимов турында истәлекләр. – Казан, 1966.
3. Валеев Р., Сулима Л. Трагедия сторонника «латинизации» (Дело Гаяза Максудова) // Гасырлар авазы. – 1998. – № 1/2.
4. Сулима Л. «Письмо 15-ти»: Судьба партийных диссидентов // Татарстан. – 1994. – № 1/2. – С. 54.
5. Гарифуллин В.З. Бәхетле һәм аянычлы язмыш // Мәгариф. – 2017. – №12. – 22–24 б.

А.Н. Гильманова,

канд. филол. наук, доцент

Российский исламский институт

г. Казань, Россия

© А.Н. Гильманова

С.И. Закирова,

студент

Российский исламский институт

г. Казань, Россия

© С.И. Закирова

ТИПОЛОГИЯ РАДИОКАНАЛОВ В ТАТАРСТАНЕ

В статье рассматриваются тенденции развития радиовещания в системе современных каналов коммуникации, изложены результаты анализа радиостанций по аудиторно-тематической направленности, разработана типологическая модель радиостанций по географическому признаку.

Ключевые слова: радиовещание, система СМИ, типология, функции радиоканала, массовая аудитория.

This article discusses the trends in the development of broadcasting system of modern channels of communication, set out the results of the analysis of radio stations taken in person-the thematic orientation, developed a typological model of radio stations geography.

Key words: broadcasting, media system typology, functions of the radio channel, the mass audience.

История развития радио насчитывает более ста лет. До сих пор данный канал СМИ занимает свою нишу и является популярным. Возможность вещать в интернет-пространстве дала толчок к созданию новых радиоканалов. Рост количества развлекательных и музыкальных радиоканалов наблюдается и на территории Татарстана.

Специфические свойства радио, как средства массовой информации, которое можно слушать, совмещая с другим видом деятельности, остаются востребованными и сейчас. Радио слушают в машине, автобусе, больнице, на даче. Радио остается оперативным СМИ, по сравнению с печатной версией газеты.

Сегодня на территории Российской Федерации ведут вещание на средних и коротких волнах более 50 радиостанций, использующих свыше 600 радиочастот, с объемом вещания, не менее 170 часов в сутки. В рамках реализации федеральной целевой программы «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2015 годы» предполагалось осуществить повсеместный переход на цифровое радиовещание, создание условий для последовательного отключения аналогового вещания в стране. В программе предусматривалось создание сетей мощного цифрового радиовещания: государственных программ в диапазоне длинных волн – 17 цифровых передатчиков длинноволнового диапазона программ «Радио России»; в диапазоне средних волн – 79 цифровых передатчиков средневолнового диапазона программ «Радио России»; в диапазоне коротких волн – 30 цифровых передатчиков коротковолнового диапазона; программ на зарубежные страны в диапазонах средних и коротких волн – 82 цифровых передатчика средневолнового и коротковолнового диапазонов и 12 полноповоротных антенн коротковолнового диапазона. Но по постановлению Правительства РФ от 21 июня 2012 г. № 617 «О внесении изменений в федеральную целевую программу «Развитие телерадиовещания в РФ на 2009–2015 годы» переход на цифровое вещание был отменен. На Международном конгрессе русскоязычных вещателей 2013 года заместитель министра связи и массовых коммуникаций Алексей Волин заявил об отказе Минкомсвязи РФ перехода на цифровое радиовещание. Он отметил, что было принято решение в России пока не переходить на цифровой

формат. Волин пояснил, «что пока в мире нет устоявшегося цифрового формата для радио. Главное для нас – это экономические критерии, когда мы все просчитали, пришли к выводу, что российский рынок не готов для перехода на цифровое вещание».

Типологическая модель российских радиостанций определяется по тематике производимого контента:

- универсальные радиостанции («Говорит Москва», «Радио Звезда», «Радио России», «Эхо Москвы»);
- информационные («Вести FM», «Маяк», «Радио «Комсомольская правда», «Русская служба новостей», «СИТИ FM»);
- деловые («Бизнес FM», «Коммерсантъ FM», «Финам FM»);
- спортивные («Радио спорт»);
- культурно-просветительские («Радио России Культура»);
- для детей («Детское радио»);
- юмористические («Юмор FM», «Comedy Club FM»);
- классической и джазовой музыки («Орфей», «Радио джаз», «Радио классик»);
- дорожные («Авторadio», «Дорожное радио», «Милицейская волна», «Такси FM»);
- музыкальные для мужчин («Максимум», «Мегаполис FM», «Наше радио», Радио ENERGY» «Рок FM», «Хит FM», «ЮFM», «ДФM»);
- музыкальные для женщин («Европа плюс», «Радио Карнавал», «Радио Монте-Карло», «Радио Шоколад»).

По количеству преобладают музыкальные развлекательного характера радиостанции. По форме собственности в сегменте радиовещания присутствуют государственные и коммерческие радиохолдинги: Государственным радиохолдингом является ВГТРК («Радио России», «Маяк», «Ю FM», «Радио России Культура», «Вести FM») коммерческими радиохолдингами являются:

Европейская медиагруппа («Европа Плюс», «Ретро FM», «Радио 7», «Кекс FM», «Радио Рекорд» (Москва), «Радио Спорт»), Русская медиагруппа («Русское радио», «Д FM», «Радио Монте-Карло», «HitFM», Maximum), Газпром медиа («Эхо Москвы», «Сити FM», «Детское радио», «Relax FM» «Comedy Radio», Вещательная корпорация ПрофМедиа («Авторadio», «Юмор FM», «Радио Energy», «Радио Romantika». Krutoy Media («Love Radio», «Радио Дача», «Такси FM»), Мультимедиа холдинг («Наше радио», «Радио Best FM», «Rock FM», «Ru FM»), Румедиа («Business FM», «Радио Шоколад») Arnold Prize («Радио Джаз», «Радио Классик»), Москва Медиа («Говорит Москва», «Moscow FM», «Москва FM»), Холдинг Михаила Гущериева («Весна FM», «Восток FM», «Финам FM») [1, с. 35].

В Республике Татарстан действует более 25 филиалов российских радиоканалов. К ним относятся:

- DFM Казань 104,7 FM. В 2000 году этот радиоканал назывался «Радио Динамит». Радиоканал специализируется на танцевальной музыке;

- Love Radio работает с сентября 2003 года, с 2004 сеть регионального вещания включает города Татарстана;

- «Relax FM» – российское радио, которое вещает в Москве, Казани, Уфе, Воронеже, Симферополе. Радиоканал специализируется «на передаче мелодичных композиций, направленных на эмоциональное расслабление слушателей» [4];

- «Авторadio» – это отечественная коммерческая радиостанция, работает более двадцати лет. Своей целевой аудиторией руководство радиоканала считает автолюбителей. «Авторadio» является музыкальным радио. Имеет свою новостную службу;

- «Вести FM» – это российское информационное радио. Вещание началось 5 февраля 2008 года в сотрудничестве с компанией ВГТРК. «Вести FM» присутствует в Интернете. Его тематической направленностью является международная политика и мировая

экономика. В сетке вещания есть как информационные программы, так и аналитические, что является редкостью для современного радиоканала. Аудиторией «Вести FM» преимущественно являются мужчины до 35 лет;

- «Радио России» является лидером в нашей стране. Только здесь можно увидеть разнообразие информационных, общественно-политических, музыкальных, литературно-драматических, научно-познавательных и детских программ. В эфир радио выходит более 160 передач;

- радиостанция «Маяк» появилась благодаря специальному решению советского правительства в противовес «западным» станциям. Первый эфир состоялся в студии на Пятницкой 1 августа 1964 года. Особенностью радиоканала являются передачи в формате диалогов в прямом эфире на актуальные темы [7].

К радиостанциям, производящимся в Татарстане, относятся:

- радио «Азатлык», специализирующееся на обзорах международных новостей, вещало на татарском и башкирском языках с 9 декабря 1953 года на коротких волнах. С 1 апреля 2014 года передачи на коротких волнах прекращаются, и получасовые передачи транслируются через спутниковую связь в Интернете. 1 октября 2016 года радио «Азатлык» прекращает свою деятельность. Видеосюжеты выкладываются на сайт «Азатлык радиосы»;

- «Бим-радио» вышло в эфир 18 ноября 1994 года. Вещает на города и населенные пункты Татарстана: Казань, Зеленодольск, Арск, Волжск, Лаишево, Камское Устье, Верхний Услон, Альметьевск, Джалиль, Нурлат, Челно-Вершины, Шентала, Черемшан, Аксубаево, Билярск. По тематической направленности радиоканал является развлекательным. Аудиторией радиоканала является 150 тысяч радиослушателей Татарстана [6].

Холдингу ОАО «Татмедиа» принадлежат практически все районные радиостанции, такие, например, как: «Актаныш FM»

(с 2004 года входит в структуру ОАО ТРК «Новый Век»), по тематической направленности радиоканал является информационно-музыкальным, в эфире радиоканала выходят выпуски новостей, обзоры экономической, спортивной, социально-культурной жизни Актанышского района и Республики Татарстан; «Биектау FM» вещает с 2012 года, тематически является информационно-развлекательным, в эфир выходят различные тематические передачи, редакция активно работает с целевой аудиторией, проводит различные конкурсы среди жителей поселка городского типа Высокая Гора, каждую пятницу организуется прямая связь с центральной мечетью Высокой Горы; радио «Муслим-МР» существует восемь лет, радиоканал является информационно-развлекательным, по форме собственности частным, его слушают около 20 тысяч жителей Муслимовского района, финансирует радио Ринат Ахметов [8].

Литература:

1. Гильманова А.Н. Развитие специализированных СМИ в Республике Татарстан // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия: материалы Междунар. науч-практ. конф. (Екатеринбург, 14-15 апреля 2016 г.). Екатеринбург, 2016. С. 35–43.

2. Радиостанция «DFM». URL: <http://top-radio.ru/kazan/dfm> (дата обращения: 30.01.2018).

3. Радиостанция «Love Radio». URL: <http://www.loveradio.ru/> (дата обращения: 30.01.2018).

4. Радиостанция «Relax FM». URL: <http://relax-fm.ru/> (дата обращения: 30.01.2018).

5. Радиостанция «Авторадио». URL: <http://www.avtoradio.ru/> (дата обращения: 30.01.2018).

6. Радиостанция «БИМ радио». URL: <http://www.bimradio.ru/about/> (дата обращения: 30.01.2018).

7. Радиостанция «Маяк». URL: <https://radiomayak.ru/contacts/> (дата обращения: 30.01.2018).

8. Радиостанция «Голос Муслюмово». URL: <http://muslumirc.ru/redacia/item/739-golos-muslyumovo.html> (дата обращения: 30.01.2018).

УДК 070

А.А. Гусейнова

ст. преподаватель

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© А.А. Гусейнова

ЖУРНАЛ «СӨЕМБИКӘ»

КАК СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЕ ИЗДАНИЕ ДЛЯ ЖЕНЩИН В МЕДИАСИСТЕМЕ РЕПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

В статье представлены типологические характеристики женского журнала «Сөембикә» («Сююмбике») и позиционирование журнала в системе СМИ РТ. Журнал «Сөембикә» на сегодняшний день является единственным женским журналом на татарском языке. В статье дается краткий анализ становления, развития и современного состояния журнала.

Ключевые слова: образ, татарская журналистика, журнал, интернет, жанр, очерк, портретный очерк, татарская женщина.

Abstract: The article analyzes the features of the image of a Tatar woman in a women's magazine "Syuyumbike" and positioning of the magazine in the media system of the Republic of Tatarstan. The magazine "Syuyumbike" today is the only women's magazine in the Tatar language. The article provides a brief analysis of the development and modern development of the journal.

Key words: image, Tatar journalism, magazine, Internet, genre, essay, portrait essay, Tatar woman.

В татарской прессе на сегодняшний день журнал «Сюембикә» («Сююмбике») является единственным всетатарским журналом для женщин, распространяемым по всей территории Российской Федерации и хорошо известным за рубежом. Он начал издаваться в Казани в октябре 1913 года и являлся одним из инструментов просвещения татарских женщин начала прошлого века. В 1926 году после исторического перерыва в издании журнал начал выходить вновь под названием «Азат хатын» («Освобожденная женщина») и стал активным участником коммунистического воспитания. Он издавался полумиллионными тиражами и распространялся по всей территории Советского Союза. За успехи в деле объединения женщин на решение задач народного хозяйства издание в 1950 году Указом Верховного Совета СССР было награждено орденом «Знак Почета».

У журнала была одна интересная особенность: в нем публиковались статьи женщин, у которых не было журналистского образования. Для «Азат хатын» писали учителя, студенты, медсестры. Женщины писали для женщин. Также публиковались отрывки из художественных произведений на татарском языке, некоторые из них были написаны читательницами. Присылали много стихотворений, небольших рассказов.

В 1992 году журнал вернулся к изначальному бренду – имени Сююмбике, ставшему объединяющим символом татарского народа, и по сей день остается любимым изданием для тысяч татароязычных семей, проживающих в Республике Татарстан и за ее пределами. В 2001 году «Сююмбике» был признан лучшим журналом года в Республике Татарстан. С 2007 года журнал ежегодно включался в Золотой фонд прессы России, неоднократно удостоивался знака «Тираж года». За свою почти вековую историю издание неоднократно признавалось победителем российских и республиканских конкурсов, удостоивалось Благодарственных писем

Министерств и ведомств РТ. Журналисты издания неоднократно становились победителями профессионального конкурса среди журналистов Татарстана «Хрустальное перо» в номинации «Имя в журналистике». Сегодня в коллективе редакции, состоящем из 15 человек, насчитывается уже четыре обладателя Хрустального пера и три Заслуженных работника культуры Республики Татарстан.

В 2009 году редакцию возглавила член Союза писателей РТ Юнусова Ляйсан Рафиковна. За короткий срок ей удалось вдохнуть жизнь в одно из старейших изданий республики и вывести журнал «Сююмбике» на новый виток развития. После проведенного рестайлинга и обновления рубрикатора журнал обрел современное лицо и актуальное содержание. Редакционный коллектив был нацелен на решение злободневных социальных проблем и активно включился в общественную жизнь республики. Ощутимо вырос престиж издания, оно снова обрело значимый статус в регионе, а его руководитель был выдвинут в Общественную палату при Президенте Республики Татарстан.

Под началом Ляйсан Юнусовой коллектив редакции реализовал уже несколько значимых проектов и удостоился весомых наград.

В 2010 году «Сююмбике» был удостоен главной награды татарстанских журналистов – Хрустального пера за лучшее освещение темы 65-летия Победы в Великой Отечественной войне. Призовое второе место журнал «Сююмбике» занял и в республиканском конкурсе на лучшее освещение Года учителя. По итогам того же 2010 года издание признано победителем среди СМИ Татарстана в конкурсе «Благотворитель года».

В отличие от большинства женских журналов, «Сююмбике» является не просто семейным изданием, а журналом общественно-политическим и литературно-художественным – активным участником жизни страны, носителем «вечных ценностей» и

хранителем национальной культуры. Наименование «Сөембикә» («Сююмбике»), является объединяющим символом татарских женщин.

В отличие от современных женских изданий, журнал «Сююмбике» очень редко публикует рекламу, вследствие чего журнал не популярен среди рекламодателей. С 2011 года журнал запустил сайт www.syuumbike.ru. Имеются аккаунты на страницах в социальных сетях: ВКонтакте, Facebook, Instagram. С 2018 года в коллектив приходит новый редактор Сабирова Гульнара Ильясовна.

Журнал «Сююмбике» на сегодняшний день воплощает в своих текстах образ современной татарской женщины – матери, жены, хранительницы семейного очага, почитающей национальные традиции, сохраняющей язык и культуру, преданной своей профессии, успешной бизнес-леди, общественного деятеля.

УДК 070

Р.В. Даутова,

д-р истор. наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© Р.В. Даутова

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКИ: ВЗГЛЯД В ПРЕДДВЕРИИ ЮБИЛЕЯ ТАТАРСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

В статье рассматривается периодизация истории татарской тележурналистики, анализируются основные ее этапы в контексте шестидесятилетней истории телевидения Татарстана. Автор привлекает архивные документы, часть из которых вводится в научный оборот впервые.

Ключевые слова: телевидение Татарстана, история, национальная тележурналистика, билингвизм, профессионализация, публицистика, татарские писатели.

The article considers the periodization of the history of Tatar television journalism, analyzes its main stages in the context of the 60-year history of television in Tatarstan. The author draws in archival documents, some of which are introduced into scientific circulation for the first time.

Key words: TV of Tatarstan, history, national TV journalism, bilingualism, publicism, professionalization, Tatar writers.

Исторический путь татарской национальной тележурналистики неразрывно связан с развитием республиканского телевидения, которому на следующий год исполнится 60 лет. Главные характеристики коррелируются с общей эволюцией российской тележурналистики. Это развитие основных телевизионных жанров (телерепортажа, телефильма, тележурнала, телеочерка, телепостановки, теледискуссии, телеигры) и интенсивность их использования; дифференциация передач по интересам различных социально-демографических зрительских групп; распространение телепериодики и развитие персонификации тележурналистики.

Однако для понимания политического контекста процесса становления и развития татарской тележурналистики необходимо учитывать два важных обстоятельства – это особые условия жизнедеятельности советской провинции и специфику советской национальной политики, приоритетом которой была установка на интернационализацию и общность «советский народ». Обратимся к периоду – 1959–1985-е гг.

Татарская автономная советская социалистическая республика, расположенная географически в центре России и имеющая хорошо развитую промышленность, несла на себе печать провинции, что отражалось на плохих социальных характеристиках жизни населения. Казанский исследователь А. Галлямова на примере Татарии доказывает, что регионы поздней урбанизации представляли собой промышленную провинцию, для которой были характерны скудость

и схематизм создававшейся социальной инфраструктуры городов, остаточный принцип их развития, стремительное ухудшение экологических характеристик. На социально-психологическом уровне это проявлялось в расхождении экономического потенциала со степенью модернизированности других, не менее важных сфер жизни общества, в осознании этого расхождения [1].

Неудивительно, что местное население, возмущенное этой несправедливостью, периодически писало письма в высшие партийные инстанции. В 1955 г. рабочие-нефтяники Татарии написали анонимное письмо, адресованное Н.С. Хрущеву: «Татария стала крупным районом нефти. Но почему с Татарией не считаются. Здесь строятся города и поселки, похожие на арестантские лагеря. Кроме бараков, ничего нет. Нет улиц, воды, электричества, все сделано, как в лагерях МВД. В школах дети занимаются в 2–3 смены, капитальных больниц нет. Нет кино, нет дворцов культуры. Если татарская нефть оказалась бы на Украине, или в Узбекистане, Грузии, то, наверное, там давно бы все было сделано. Но с татарским народом никто не считается, наоборот, похоже, что кто-то издевается» [2]. Таким образом, политика приоритета промышленного развития, с одной стороны, стимулировала развитие общества, с другой стороны – игнорировала социальные проблемы местного населения.

Жители сельской местности, обделенные социальными благами, чувствовали свою ущербность. Такие проблемы, как низкий уровень медицинского и бытового обслуживания, медленные темпы газификации, плохое состояние дорог в сельской местности, не соответствующая среднесоюзным показателям оплата труда колхозников и рабочих совхозов, способствовали развитию комплексов неполноценности у коренного населения поволжских республик. Жители деревень видели решение этой проблемы в переселении в города, однако не все решались на это – причиной было незнание или слабое знание русского языка. Как верно отмечает

А. Галлямова, деревни периода «оттепели» являлись национальной культурной резервацией. Переезжая в город, нерусские крестьяне попадали из однонациональной в многонациональную среду, где общение на производстве, в официальных учреждениях и т. д. строилось на русском языке. Процесс модернизации Татарии носил директивно-мобилизационный характер [1, с. 129].

Все это не могло не повлиять на общую атмосферу в республике, на развитие национального самосознания. В этом плане показательны письма первых телезрителей, в которых говорится о дефиците национального контента на телевидении: «...если мы, живя в пределах Татарской автономной республики, выпрашиваем у наших же национальных кадров, стоящих на ответственных постах, признания де-факто татарской национальности и ее языка, что же тогда остается у нас автономного?» – гневно писал Гасим Сиразиев из Бугульмы, обвиняя телевидение «в искусственном вытравливании национальных чувств татарского народа», «в барско-равнодушном отношении к национальным чувствам». Речь шла о том, что с 9 по 14 января 1967 года на татарском языке вещали только два часа [3].

Письма на эту тему приходили и на адрес студии, и в обком коммунистической партии ТАССР, и даже в газету «Правда», откуда пересылались в республиканский обком. Телезрители смело высказывались за необходимость вещания на татарском языке. «Особенно страдают наши родители, которые плохо знают или вообще не знают русского языка. Редкие телепередачи на татарском языке становятся для них настоящим маленьким праздником. Не хочется думать (как часто приходится слышать), что это делается специально с той целью, чтобы татарский язык постепенно вышел из употребления...» – это строки из письма студента Казанского пединститута Т. Идрисова [4].

Важно отметить, что упомянутые проблемы развивающегося телевидения хорошо понимали и в областном комитете партии. «На

Казанской телестудии сложилось явно ненормальное соотношение передач на татарском и русском языках. В 1966 году только 43 процента (по времени) оригинальных передач велось на татарском языке, а по общественно-политической тематике еще меньше – всего лишь 27,5 процентов. «Длительное время на студии нет татарского диктора», – докладывал заведующий сектором печати, радиовещания и телевидения обкома М. Музафаров [5]. Бюро ОК КПСС ТАССР принимает специальное постановление «О работе Комитета по радиовещанию и телевидению при Совете Министров ТАССР», документ обсуждается на общем партийном собрании Комитета [6], принимаются конкретные меры по улучшению ситуации.

Условия становления и развития татарской тележурналистики трудно назвать благоприятными в первую очередь по причине отсутствия профессиональных кадров. Первые телевизионные журналисты пришли в студию из республиканских СМИ – радио и газет. По воспоминаниям А. Сафиуллиной, специальным приказом председателя Комитета по радиовещанию и телевидению при Совете Министров ТАССР М. Долгова с радио переводится бригада из четырех человек: редакторы И. Ихсанов и Ф. Бурнашева, журналист К. Янгулов, диктор А. Сафиуллина. У истоков первой регулярной телестудийной передачи «Последние новости» находились К. Янгулов (с радио), К. Валишев и Н. Ганеев (из газет). Именно эти опытные журналисты привнесли в работу студии основные принципы журналистики – оперативность, компетентность, объективность.

Определенные традиции в работу редакции детских передач – первой редакции в Казанской студии телевидения, чьи передачи были адресованы строго определенной аудитории, – заложил А. Хасанов, работавший после окончания пединститута сначала на любительском телевидении, затем на государственном. Об активности, инициативности Хасанова говорит тот факт, что уже в первые годы

существования Казанской студии телевидения была создана детская студия, ставились телеспектакли.

«Лицом» Татарского телевидения в первые годы существования студии были татарские дикторы – Амина Сафиуллина, Айрат Арсланов, Иркэ Сакаева, Лия Загидуллина. Их работу отличал высокий профессионализм, все они имели театральное образование, обладали грамотной речью, профессионально поставленным голосом, хорошей памятью. Почти до середины 1970-х годов передачи на татарском языке вели дикторы, так как людей, владеющих хорошо поставленной литературной речью, среди татарских редакторов долго не было. «Трудно подобрать умеющих говорить по-татарски», – говорил на открытом партсобрании телестудии и телецентра 21 февраля 1969 года редактор республиканского журнала «Идел», выходящего в эфир на татарском языке, М. Юсупов. Как следствие этого – не укомплектован штат редакции, узок круг внештатных авторов [7].

В 1960-е гг. передачи на татарском языке в основном готовили редакции музыкальная и литературно-драматическая. Например, большой популярностью более 10 лет пользовалась передача «По вашим письмам», которую вела одна из первых дикторов татарского ТВ А. Сафиуллина. По просьбе зрителей в студию приглашались ведущие музыканты и композиторы. Почти в каждой передаче звучала премьера песни. Задача, которую ставили старший редактор музыкальной редакции Ф. Бурнашева и ее коллеги, – пропаганда лучших образцов классического и современного музыкального искусства [8].

На первых этапах студия испытывала дефицит внимания со стороны Союза писателей ТАССР. Об этом шла речь на Республиканском совещании работников радио и телевидения 31 мая 1961 года [9]. В 1964 году Казанская студия по запросу Гостелерадио СССР послала на рецензирование семь сценариев литературно-драматической редакции: два – на русском языке, пять – на татарском

[10]. После анализа сценариев были названы следующие недостатки: недостаточное участие местных писателей в работе редакции, недостаток разнообразия и творческой выдумки, перенасыщение зрительного материала, невнимательность и небрежность журналистов, плагиат в написании сценариев [11].

Большинство татарских писателей в первое время занимали по отношению к телевидению пассивную позицию, считая его чуждым для истинной культуры. Показателен такой пример. Классик татарской литературы Аяз Гилязов героем своего романа «Урамнар артында яшел болын» (дословный перевод – «За околицей луга зеленые», русский вариант «Диляра») сделал журналиста Ахата. Переход Ахата из газеты на телевидение расценивается Гилязовым как переход из команды высокого класса А в команду класса Б. Но постепенно отношение татарской интеллигенции к этому действенному средству популяризации произведения литературы и искусства стало меняться. И уже к середине 60-х годов программа Казанской студии телевидения пополнилась интересными передачами с участием видных писателей и телепостановками их произведений.

Большая часть нагрузки татарского эфира приходилась на телепостановки. «С 1968 по 1970-й годы литературно-драматическая редакция подготовила и выдала в эфир 15 телепостановок. Если учесть, что за сезон театры выпускают 6–7 спектаклей, это немало», – говорила в своем выступлении на партийном собрании Союза писателей ТАССР специально приглашенная туда А. Сафиуллина, в то время главный редактор художественных программ Казанской студии телевидения [12].

В дни празднования 25-летия Победы зрители увидели телевизионные постановки «Подношу цветы» (по И. Беляеву) и «До последней капли» (по С. Шакирову). К юбилею Татарстана был создан телевизионный спектакль в 3-х сериях «Дочь степей» (по Г. Ибрагимову). К 100-летию со дня рождения М. Горького в целях

популяризации произведений писателя были подготовлены на татарском языке два спектакля по его рассказам – «О матерях» и «Есть папа». Положительные отзывы получили телепостановки «Шутка» (по А. Еникееву) и «Девушка с красивым голосом» (сценарий Э. Адылова).

К 1970-му году объем татарских передач по этой редакции был в два раза больше объема русских передач. Большим событием в 1981 году стала премьера первой телепостановки с использованием цветного телевизионного оборудования – «Вернувшиеся» (по пьесе Д. Валеева). Режиссер-постановщик В. Кременчуцкий говорил: «Съемка велась цветной, нашей новой техникой, к возможностям которой мы только привыкаем»[13]. Использовались такие эффекты, как двойная запись, «инкрустация», световая музыка.

Работавший в этом жанре режиссер Г.К. Хусаинов сыграл большую роль в становлении Татарского телевидения: велико значение телепостановок в пропаганде татарского языка, в популяризации произведений татарских писателей. Гали Каримовича, перешедшего на телевидение с радио, можно с полным правом назвать пионером этого жанра в Татарии. Самые первые телепостановки шли в эфир «живьем» (техники видеоманитной записи (ВМЗ) тогда еще на студии не было), однако этот момент не являлся препятствием даже для создания многосерийных постановок.

Работа в этом жанре и специфика «живого» эфира требовали огромной дисциплины постановочной группы и высокого режиссерского мастерства. Хусаинов обладал великолепными организаторскими способностями и замечательным художественным чутьем. Он придавал огромное значение художественному и музыкальному оформлению постановок, активно использовал шумовые эффекты. Именно Хусаинов стал первым на Татарском телевидении применять режиссерские приемы, которые потом взяли на вооружение его коллеги:

внутрикадровый монтаж – от общего до крупного плана, объезд камерой, двойная экспозиция (наложение планов) и другие. Благодаря Г. Хусаинову татарстанцы увидели оригинальные постановки: «Материнское поле» (2 серии), «Муса» (5 серий), «Он был во Вьетнаме», «Белые цветы» и другие. К сожалению, в фондах сохранились только киноставки, которые режиссер специально снимал для своих телеспектаклей. Это также было его нововведением – киноставки значительно оживляли действие спектакля, придавая ему интонации игрового телефильма.

У Г. Хусаинова учился только что пришедший в ту пору на телевидение режиссер А. Зарипов. Первая его телепостановка – «Юность Лермонтова». О многогранном и интересном творчестве Зарипова можно судить по фондовым записям – он работал уже в то время, когда на Татарском телевидении активно использовалась ВМЗ. Впоследствии им создано было творческое телеобъединение «Тукай».

В 1970-е годы в редакции литературно-драматических передач работал известный татарский драматург Т.А. Миннуллин. Творческий тандем Г.К. Хусаинов – Т.А. Миннуллин оказался весьма плодотворным: родились не только десятки телепостановок (Миннуллин писал телесценарии), но и увидел свет полюбившийся зрителям цикл «Творческие портреты» (ведущая – А.К. Сафиуллина), посвященный творчеству и жизни ведущих артистов Татарского Государственного Академического театра имени Г. Камала. Популярностью пользовался также цикл «Писатель и жизнь», в котором участвовали прозаики и поэты. В рамках этого цикла были подготовлены следующие передачи: «Илегез турында уйлагыз» (творческий портрет Ф. Карима), «Шагыйрь» (творческий портрет Ш. Мударриса), «Аксакал» (к 70-летию Н. Исанбета), «Радость» (к 70-летию Т. Гиззата), «Родник» (творческий портрет С. Хакима), «Туган ягым бишеге» (к 70-летию Г. Баширова) и другие [14].

Среди первых профессиональных авторов-режиссеров Татарского телевидения необходимо отметить также Э. Ключарева и Р. Кадырову, сделавших большой вклад в формирование профессионального «лица» республиканского ТВ. Э. Ключарев (сын известного аранжировщика и популяризатора татарской музыки, композитора А. Ключарева) начал свою деятельность на любительском телевидении, одновременно выполняя обязанности «кабельмейстера», помощника режиссера и ассистента режиссера. Первая редакция, в которой он работал в Большом телецентре, – редакция новостей.

Впоследствии Ключарев занимается исключительно музыкальными передачами и становится на долгие годы бессменным режиссером редакции музыкальных передач. Подготовленные им передачи и фильмы отличаются высоким уровнем режиссуры, хорошим вкусом и чувство меры [15].

В 1984 году ему поручают подготовить очень ответственную передачу для первой программы ЦТ – концерт «Товарищ песня», посвященный 40-летию Победы. Особенность этого концерта – всесоюзному зрителю необходимо было представить молодые таланты Татарии [16].

Творчество Р. Кадыровой также неразрывно связано с редакциями художественных передач. Она пришла на студию телевидения после окончания Казанского пединститута. Кадырову сразу же назначили помощником режиссера – понравились ее энергичность и целеустремленность. Впоследствии она стала режиссером. Благодаря ее передачам Москва узнала о певцах Ренате Ибрагимове, Зиле Сунгатуллиной, Кларе Хайрутдиновой и других. Ежемесячный выход с концертной программой во всесоюзный эфир для Кадыровой был традицией. Она много внимания уделяла творчеству старейших татарских композиторов, понимая, насколько значимы для истории прижизненные их кино съемки. Например, трудно переоценить снятые

по ее инициативе уникальные кадры, сохранившие для нас образ великой татарской песенницы Сары Садыковой. Р. Кадырова является одним из авторов первого цветного фильма о выдающемся татарском композиторе С. Сайдашеве [17], фильма-концерта «Поет Ильгам Шакиров» [18], видеофильма о творчестве Р. Еникеева [19], цветного фильма «Времена года».

С середины 1970-х годов активнее стали работать редакции сельскохозяйственных передач, промышленности и пропаганды. В эфире появились первые татарские журналисты – ведущие своих передач. Можно назвать такие имена, впоследствии ставшие известными в республике, как М. Юсупов, И. Сирматов, Ф. Хакимова и другие. Г. Зиннатуллина, пришедшая в студию еще в середине 1960-х годов школьницей в качестве ведущей передачи «Пионерстан» (ред. А. Хасанов), стала также одной из известных татарских тележурналисток.

Конец 1970-х – начало 1980-х годов ознаменовались появлением целого ряда детских передач на татарском языке: «Китаплар доньясында», «Без авылда яшибез», «Уенчыклар илендэ», «Кичке экиятляр», «Эйлэн-бэйлэн», «Шигъри тэлгэшляр». Оригинальность передач заключалась, прежде всего, в том, что их вели дети. Зимой 1981 года объявляется специальный конкурс по отбору ребят для привлечения их в татарские детские передачи. В конкурсную комиссию входили главный режиссер К. Газизова, главный редактор А. Сафиуллина, старший редактор И. Сирматов, редакторы Ф. Хакимова и Р. Сибгатуллина, старший диктор Р. Набиуллин, режиссеры детских передач Л. Нигматова и Х. Хакимуллина. Для победителей конкурса с января 1982 года была организована учеба в детской студии (занятия вели, в основном, Р. Набиуллин и Ф. Хакимова). Этот интересный опыт внестудийной работы с детьми не только помог Татарскому телевидению приобрести и вырастить детский актив, но и создал Казанской студии

телевидения определенный имидж, который можно было бы охарактеризовать следующим образом: работая сегодня, мы думаем о завтрашнем дне нации.

Еще один цикл Казанская студия телевидения посвятила женщинам – «Для вас, женщины». Эти передачи выходили в эфир ежемесячно на татарском языке, благодаря помощи сотрудников редакции популярного журнала «Азат хатын» [20]. Редакция информации стала выдавать в эфир республиканский журнал на татарском языке «Идел», редакция сельскохозяйственных передач – «Якташ» (на татарском языке).

Среди первых фильмов студии телевидения – 20-минутные «Цветы черемухи» на татарском языке (режиссер Р. Сакаев, оператор И. Шамсутдинов), полнометражный «Беренче театр» («Первый театр») (режиссер Р. Сакаев, оператор А. Привин). Это были игровые картины с участием артистов казанских театров. Они создавались на энтузиазме работников татарского телевидения, вопреки тому, что условий для создания подобных фильмов на Казанской студии не было.

Картина «Беренче театр» вошла в историю Татарского телевидения по многим критериям. Во-первых, впервые произведена экранизация татарской драматургической классики. Во-вторых, к съемкам были привлечены профессиональные актеры – ведущие артисты Татарского Государственного театра имени Г. Камала. В-третьих, впервые режиссер фильма Р. Сакаев вышел за пределы студийного павильона, уличные сцены снимал на улице.

Казанские телевизионные «киношники» считали, что подход к кинотворчеству для телеэкрана, как к второсортному, несправедлив: они повышали требования к качеству сценария, говорили о необходимости сценарного «портфеля». В качестве примера можно привести работу над известным фильмом «Сагыш», рассказывающем о великом татарском скульпторе Баки Урманче. Режиссер В. Стрелков,

основываясь на сценарии Ф. Акчурина, с самого начала работы отчетливо представлял направление творческого поиска, сверхзадачу, возможные выигрышные моменты и тональность будущего фильма. «Сагыш» получил положительный отзыв на II Всесоюзном фестивале телевизионных фильмов в 1968 году [21].

Если проранжировать тематические передачи Татарского телевидения середины 1980-х годов по часам, то можно выявить приоритеты вещания. Объем вещания распределялся следующим образом. На первом месте по количеству часов стояли литературно-драматические и музыкальные передачи (606, 9 часа), на втором месте – общественно-политические (222, 4 часа), на третьем – информационные (158, 9 часа), на четвертом – для детей, юношества и молодежи (143, 8 часа), на пятом – прочие (106, 9 часа).

Таким образом, отрыв литературно-драматических и музыкальных передач от прочих в советский период носил традиционный характер, что можно объяснить особенностями двуязычного телевещания в таком специфическом регионе, каким всегда являлся Татарстан.

Литература:

1. Галлямова А.Г. Методологические заметки к изучению Татарстана в советский период // Современная татарская нация: концептуальные исследования. Казань, 2007. С. 117–129.

2. Цит. по кн: Султанбеков Б.Ф., Харисова Л.А., Галлямова А.Г. История Татарстана. XX в. Казань, 1998. С. 313.

3. ЦГА ИПД РТ, Ф.15, оп.7, д.335, л.26.

4. ЦГА ИПД РТ, Ф.15, оп.8, д.1573, л.34.

5. ЦГА ИПД РТ, Ф.15, оп.7, д.335, л.10.

6. См.: ЦГА ИПД РТ, Ф.15, оп.7, д.697.

7. ЦГА ИПД РТ, Ф.848, оп.1, д.1, л.14.

8. Хайрутдинова Л. Музыка на голубом экране // Вечерняя Казань. 10 апреля 1979 года.

9. НА РТ, Ф. Р-4493, оп.1, д.485, л.32.
10. См.: НА РТ, Ф.Р-4493, оп.2, д.33.
11. НА РТ, Ф.Р-4493, оп.2, д.33, л.6.
12. «Вернувшиеся». Премьера на ТВ // Вечерняя Казань. 22 мая 1981 года.
13. Даутова Р. Продолжает дело отца // Вечерняя Казань. 25 октября 1994 года.
14. Товарищ песня. // Вечерняя Казань. 6 июня 1984 года.
15. Фильм о Сайдаше. // Вечерняя Казань. 14 октября 1980 года.
16. Поэт Ильгам Шакиров // Вечерняя Казань. 17 декабря 1983 года.
17. По заказу ЦТ // Вечерняя Казань 24 июня 1985 года.
18. НА РТ, Ф.Р-4493, оп.1, д.407.
19. См. об этом: Рубцова Р.А. Кинохроника и видеохроника – конкуренты или союзники / Р.А. Рубцова, В.И. Беспалов // Перспективы развития современного общества. Материалы Всероссийской научной конференции. Казань.
20. ЦГА ИПД РТ, Ф.15, оп.45, д.228, л. 12.
21. Телефильм и время // Советское телевидение и радио. 1968. № 2. С.5.

УДК 070.15

Р.Л. Зайни,

канд. филол. наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© Р.Л.Зайни

**ОТРАЖЕНИЕ ТЕМЫ СЕМЬИ И БРАКА
В ТАТАРСКОЙ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ**

Предметом данного исследования стали журналистские тексты в различных жанрах, опубликованные в двух массовых изданиях на

татарском языке в 2017-18 гг. («Ватаным Татарстан», «Сөембикә»). Эти тексты отражают семейные конфликты, происходящие между супругами, детьми и родителями.

Ключевые слова: татарская журналистика, периодическая печать, татароязычная печать, тема семьи.

The subjects of this study are journalistic texts in various genres, published in mass publications in the Tatar language in 2017-18. ("Vatanym Tatarstan", "Suyumbika"). This text reflects family conflicts between spouses, children and parents.

Key words: Tatar journalism, periodical press, Tatar-language press, family theme.

Из всего массива журналистских текстов в различных жанрах, опубликованных в изданиях на татарском языке в 2017-18 гг. (в бумажных вариантах и на сайтах изданий «Ватаным Татарстан», «Сөембикә») о семье, семейных отношениях, при помощи ключевых слов «гаилә» (семья), «никах» (брак), «ата, әти» (папа, отец), «ана, әни» (мама, мать), «бала» (ребенок), «мәхәббәт» (любовь) были выделены и отобраны тексты, посвященные теме семьи. В итоге было отобрано около пяти десятков публикаций, которые в дальнейшем подверглись количественному и качественному анализу. Было выделено несколько тематических категорий, характеризующих ту или иную сторону семейной жизни. Перечислим эти категории, попутно раскрывая тематические направления и приводя некоторые примеры.

1. На наш взгляд, самая популярная категория – темы отношений между мужем и женой, любви и уважения, измены, ухода из семьи. В татароязычных газетах и журналах издавна любовь и уважение между супругами приветствуются, а измены и разводы подвергаются критике. Так называемые «свободные» отношения, связи на стороне, уход мужа или жены из семьи почти всегда

показываются в неприятном свете (Миргаязов А. Яратмыйм. Бетте-китте // Сөембикә. <http://syuyumbike.ru/yashaesh/otkrovenie/?id=7170>).

Правда, в современных условиях не могут не появиться публикации (в основном, это письма от читателей) о «настоящей любви», которой нет преград в виде уже имеющегося супруга и детей у героя любви. Но на подобные письма в итоге появляются ответные выступления, строго осуждающие свободные отношения (Авзалова М. «Йөрөмсәк» хатын // Сөембикә. <http://syuyumbike.ru/yashaesh/otkrovenie/?id=6953>). Очень часто публикуются интервью с религиозными деятелями, которые вносят ясность в сложные вопросы, касающиеся семейных отношений (Арсланова Ф. Талак агач башына да менгерә // Ватаным Татарстан. 26 января 2018 года).

2. Одной из не менее популярных категорий является тема смешанных браков. Данная тема нашла отражение в татарских газетах и журналах с 90-ых годов XX века. Именно тогда начали затрагиваться вопросы национального самосознания и самоопределения. Авторы публикаций тех лет писали о смешанных браках в связи с вопросом о воспитании достойных своей нации сыновей и дочерей, придерживаясь мнения, что это возможно лишь в татарских семьях, где и муж, и жена являются татарами и придерживаются одной религии. В настоящее же время данная тема раскрывается в другом ключе: некоторые авторы считают, что людям разных национальностей и верований с возрастом становится все труднее уживаться под одной крышей, возникают проблемы использования языка или исполнения религиозных ритуалов. Авторы могут как согласиться с вышеназванным мнением, так и отрицать его, приводя в пример положительные случаи смешанных браков.

3. Вопросы воспитания детей всегда остаются в центре внимания. Журналисты, основываясь, с одной стороны, на личном опыте и комментариях специалистов с другой, призывают видеть в ребенке личность, уделять ребенку больше внимания (Балагызны

үбәсезме? // Ватаным Татарстан. 2018. 17 март; Мифтахова С. Бакчада итек басалар // Ватаным Татарстан. 2018. 8 март). В периодической печати встречаются материалы об участии бабушек и дедушек в воспитании внуков (Шиһапова Г. Баланы кем карый? // Ватаным Татарстан. 2018. 6 апр.).

4. Экономические проблемы в обществе отражаются и в семьях, ведь семья – это ячейка общества. Отрадно видеть, что журналисты рассказывают о положительных примерах, когда родители прививают трудолюбие и у своих детей, достигая собственным трудом материального благополучия семьи (Шиһапова Г. Сания апаның бәхет формуласы // Ватаным Татарстан. 2018. 8 март; Хәбибуллина Г. Аягың тыпырдамаса, авызың шапылдамый // Ватаным Татарстан. 2018. 2 февр.).

5. Имеется часть материалов о феминизме в отдельно взятой семье. Такие публикации могут быть посвящены вечным спорам о том, кто должен быть главнее – муж или жена. Благодаря тому, что и авторами, и героями таких публикаций являются представители татарской национальности, которые в детстве получили мусульманское патриархальное воспитание, споры решаются в пользу мужчин. Но так как мусульманское поведение во главу угла ставит уважение матери в семье, то отдельно отмечается важность доброго отношения к женщине. Журналистские тексты рассказывают читателям об изменении гендерных ролей в современном татарском обществе по сравнению с тем, что наблюдалось примерно до 90-х годов XX века (Вәлиева Э. Ир – баш, хатын муен түгел?! // Ватаным Татарстан. 2018. 16 март).

6. Огромный пласт материалов посвящен описанию жизненного пути представителей старшего поколения, в которых особое внимание уделяется тем, кто, несмотря на все тяготы жизни, смог сохранить хорошие супружеские отношения в семье, воспитать и

вырастить в любви хороших детей (Нурмөхәммәтова Л. Салих белән Мәрзия мэхәббәте // Ватаным Татарстан. 2018. 7 апр.).

7. Отдельной группой идут материалы о потерянных душах – о тех, кто не смог найти семейное счастье, ударился в алкоголизм, наркоманию, тем самым потерял даже то, что у него было. В таких публикациях авторы пытаются понять, что же случилось, по какой причине и как выйти из этой ситуации, измениться (Мифтахова С. Бер стакан сөт // Ватаным Татарстан. 2018. 20 март).

Что интересно, среди рассмотренных нами публикаций не были обнаружены материалы о новых «видах» семьи, таких как, например, однополые браки. Для татарского общества такие примеры в диковинку. Даже несмотря на то, что в обществе они, возможно, и существуют, но журналистские материалы на эту тему долго еще будут в ранге не востребованных. Правда, время от времени появляются публикации о таком «виде» семьи как многоженство. Многоженство в исламской религии практикуется, но постсоветское общество не готово его принять. Поэтому разговоры на эту тему обычно сводятся к размышлениям, подходит многоженство для современности или нет.

Татарское общество как никакое другое глубоко связано вековыми традициями. К слову, это касается и России в целом: «Россия с ее особой развитой культурой, территориальной и национальной самобытностью пока менее чем другие страны подвержена глобальному воздействию и стандартизации. Более того, ее богатейшее культурное наследие, ценностный потенциал, позволяет сохранить традиционные семейные ценности и использовать их как ресурс для развития» [1, с. 78].

В то же время, с начала XX века в обществе происходят активные действия, направленные на изменение этих традиций, в частности, благодаря джадидизму, общественно-политическому и интеллектуальному движению, направленному на распространение

просвещения, развитие национального языка и литературы, изучение светских дисциплин, использование достижений науки, достижение равноправия женщин с мужчинами. После 1917 года в связи с советским режимом происходило более сильное разрушение этих вековых традиций: сосуществование с представителями других народов и национальностей создало своеобразные межкультурные коммуникации и новые традиции, которые зачастую противоречили старым. В настоящее же время, начиная с последнего десятилетия XX века, татарский народ стал сильнее стремиться к сохранению национальных традиций, самобытности; представители татарского народа начали более критично относиться к влиянию других культур, в том числе и в вопросах, касающихся ячейки общества – семьи. Как отмечают социологи, сейчас происходит изменение института семьи. Эти изменения коснулись как отношений между членами семьи, так и формирования личности в обществе. «Наблюдаются явления такого характера, как: снижение рождаемости и повышение смертности, рост численности семей группы риска или неблагополучных семей, брошенных детей, насилия в семье, снижение уровня здоровья, грамотности, высокий уровень девиантности в подростковой и молодежной среде, рост разводов, неполных семей, институционализация феномена одиночества как стиля жизни» [2].

Примечателен тот факт, что в то время, когда федеральные средства массовой информации освещают тему семьи в основном в ключе несчастных случаев, разводов, проблем, то региональные издания стараются показывать примерные семьи, останавливаются на образцах любви и уважения, взаимопомощи и заботы. Слов нет, общество не должно привыкать к плохим примерам, надо про них рассказывать, их обсуждать и общественно осуждать, но одновременно нельзя забывать, что надо учить и на положительных примерах. Материалы об отличных семьях помогут обрести

подрастающему поколению уверенность, иначе пропадет вера в ценность семьи.

К счастью, а, возможно, к сожалению, ведь это палка о двух концах: средства массовой информации имеют влияние на аудиторию; поэтому можем сказать, что вкладывая в массовое сознание нужные, правильные ценностные «тренды» современности, тем самым они стимулируют движение в обществе.

Литература:

1. Мищенко В.А. Образ российской семьи в средствах массовой информации // Вестник НГПУ. 2013. №6(16). С.77-82. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-rossiyskoy-semi-v-sredstvah-massovoy-informatsii> (дата обращения: 10.03.2018).

2. Иванова Т.Н., Устинова М.В. Супружеские роли в условиях трансформации современного общества // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т.38. С.70–74. URL: <http://e-koncept.ru/2016/56876.htm> (дата обращения 10.04.2018).

УДК 37.013

Г.В. Закирова

МБОУ «Многопрофильная школа №181»

г. Казань, Россия

©Г.В. Закирова

Р.Н. Волкова

МБОУ «Многопрофильная школа №181»

г. Казань, Россия

©Р.Н. Волкова

**МАТУР ҖДӘБИЯТ ЭСЭРЛӘРЕ АША УКУЧЫЛАРНЫ
ӘХЛАКЫЙ ЯКТАН ТӘРБИЯЛӘУ**

В статье проводится анализ духовных ценностей через понятия «Семья – Дети – Счастье». Авторы анализируют роль художественной литературы в формировании нравственно-

эстетических ценностей учащихся в школе. На примере произведений классиков татарской драматургии раскрывают возможности воспитания личности современных школьников. Особое внимание уделяется формированию таких качеств, как патриотизм, чувство ответственности, любовь к своей Родине.

Ключевые слова: драма, сюжет, проблема, нравственность, воспитание, художественное произведение.

In the article the analysis of spiritual values through the concept of “Family – Children – Happiness”. The authors analyze the role of fiction in the formation of moral and aesthetic values of students in the school. For example, works of classics of Tatar dramaturgy reveal the possibilities of educating the personality of modern schoolchildren. Special attention is paid to the formation of such qualities as patriotism, a sense of responsibility, love for their homeland.

Key words: drama, story, problem, morality, upbringing, work of fiction.

Тәрбия эше кешелек жәмгыяте барлыкка килгәннән бирле яши. Тәрбия дигәндә, иң беренче урынга әхлак тәрбиясен куярга кирәк, чөнки баланың киләчәк бәхете аның әхлак төзеклегенә бәйле. Бу гасырлар дәвамында тикшерелгән һәм сыналган фикер. Безне дә бит өлкән буын: “Тәүфикълы бул, ата-анаңа миһербан күрсәт, игелекле бала бәхетле була”, – дип аңлатып үстерделәр. Буыннардан күчә килгән мондый үгет-нәсихәтләр һәр галәдә еш кабатлансын иде, чөнки әхлак тәрбиясенә беренче орлыклары гаиләдә салынса, икенчеләре мәктәптә, тел һәм әдәбият дәресләрендә үзләштерелә.

Шәхеснең камилләшү һәм үсүендә әхлак тәрбиясенә ролен педагогика элек-электән исбатлап, раслап килгән. Әхлак ул – кешенең эш-хәрәкәтләрендә, көндәлек тормышында билгеле бер калыпка салынган, билгеле бер кыйммәтләрдән торган сыйфат. Кеше жәмгыягәтә яши һәм тәрбияләнә. Жәмгыягәтнең үзеннән, андагы

шартларга бәйле ихтыяждардан, билгеле бер коллективтагы һәм жәмгыятьнең үзендәге ижтимагый мөнәсәбәтләрдән башка гына кеше шәхесе һич тә тәрбияләнә һәм формалаша алмый. Ә менә бала тәрбияләнүче мәктәптә әхлак тәрбиясенә төп бурычы – балада әхлак тәҗрибәсе тудырудан тора. Яхшыны яманнан, яманны яхшыдан аера белү тәҗрибәсе кешедә яштың үк тәрбияләнә. Ул аны яши-яши, тормышында очраган вакыйгалар, процесслар аша я дәрәҗә юлдан китә, я жәмгыятьнең әхлак нормаларына туры килмәгән юлын сайлый. Әхлакый тәрбиянең төп бурычы – балаларга гомумкешелек кагыйдәләрен, әхлак нормаларын, жәмгыятьтә үз-үзенә тоту тәртипләрен төшендерүгә төбәлгән. Безнең күпмилләтле жәмгыятебездә укучыларга әхлак тәрбиясе бирү башка милләт халыкларына карата ихтирам хисе тәрбияләү белән дә үреләп алып барыла.

Гомумән алганда, ижади омтылыш, мавыгу тусын өчен, һәрдаим үсештә булу кирәк. Заман белән бергә атлаганда, милли мәдәниятебез, матбугатыбыз казанышларын укучы күңеленә салганда гына ижади активлыкны арттырып, әхлакый тәрбия биреп була. Чорыбызны телевизордан башка күз алдына китерүе мөмкин түгел. Татар телендәге тапшыруларны укучы-тәрбия эшендә тулысынча файдаланабызмы икән? “Театрга йөрәк, вакыт уздыруның мәгънәсе юк, спектакль-концертларны телевизордан да күрсәтәләр” – дип уйлаучылар да хаклы түгел. Алар үз-үзләрен гажәеп зур дөньядан – сәнгать дөньясыннан мәхрүм итәләр. Театр күңелебезне сафландыра, фикеребезне баета, гүзәлләкне тоярга, аңларга ярдәм итә, кешеләрнең шатлыгын, кайгысын уртаклашырга, үзгә яхшы сыйфатлар тәрбияләргә өйрәтә. Шуларны балалар күңеленә сала алсак иде.

Татар драматургиясе әхлак темасына язылган әсәрләргә бай. Бу мөкаләбездә Р. Мингалим ижаты үрнәгендә укучыларга рухи – әхлакый тәрбия бирү юлларын карарбыз. Талантлы әдип һәр әсәрендә укучыны тәрбияләү максатын куя. “Өченче бүлмәдә эт яши” пьесасында әхлакый савыгу мәсьәләсенә яңача, үзгә итеп, югарырак

баскычка менеп, фэлсәфи күзлектән каралган. Без моны таксист Ризван образында күрәбез. Пьесаның исеме дә “Өченче бүлмәдә эт яши” шартлы рәвештә алынган. Яктыртылган проблема әсәр исеменә үк метафора итеп чыгарыла. “Өйнең яме бала белән” дигән борынгылар. Авторның бу темага игътибар бирүе хуплауга лаек. Халыкның традицион әхлак нигезләрен яклау пьесаны укучылар күңеленә якынайта.

Драматургның яшьлек, мэхәббәт, гаилә һәм бала бәхете, шәхси тормышта чын кеше булу мөһимлеген алга куйган “Өченче бүлмәдә эт яши” исемле ике бүлекле драмасы укучыларны әхлакый яктан тәрбияләү буенча бик үзенчәлекле әсәр булып тора. Бу сәхнә әсәре күрсәтелгән проблемаларның житдилеге белән дә, тормышны сәхнәдә яңача формада гәүдәләндерергә омтылу ягыннан да укучыларга кызыклы.

Пьесаның сюжет-композициясе катлаулы түгел. Драмада яшь гаилә тормышы сурәтләнә. Райман белән Гөлия, аларның кызлары һәм гаилә башлыгының эти-әнисе бергәләшеп тату гына, иркен өч бүлмәле фатирда яшәп яталар. Ләкин башта – этиләре, аннан соң – яраткан бердәнбер кызлары, ахырдан – әниләре вафат булгач, тормыш матурлыгы югала. Өйләренә килгән хәсрәт ир белән хатынны кайгыга батыра, бер-берсеннән читләштерә. Гөлия юанычны үзенә беренче мэхәббәте сыйныфташы Фирдүстә таба. Райман да гаилә жылысын Наридә исемле хатын янында эзли. Ә бит нәкъ шушы чакта аларга бер-берсенә ярдәм, таянычы кирәк була. Драмада конфликт нинди жирлектә туа? Моны ачыклау өчен персонажларга, аерым детальләргә тукталып китү кирәк.

Гөлия иренең хыянәт иткән сизенеп, житмәгән мэхәббәтне читтән эзли башлай. Беренче мэхәббәте Фирдүснең шәһәргә күченеп килгән белүгә, очраша башлайлар. Ләкин аталучы герой Фирдүснең дәрәжәле эше, гаиләсе бар. Гөлия аның өчен яшьлек хатирәсен яңарту, бер мавыгу гына. Ире Райман хатынының хаталануын күреп тора, ләкин ярдәм итәргә ашыкмый. Үзе дә бит чит

хатын кочагында юана. Гөлия ялгышын аңлап, Райманнан гафу үтенә. Ир хатынын кичерми, шулай да үзенә ирлек горурлыгын тынычландыру өчен, бөтен дөньясына ачу белән карый башлый. Райман үз хатынына гына түгел, очраткан, өйләренә шалтыраткан кешеләрдән ачуын ала, үзен агрессив тотта. Ләкин үзе генә калган очракларда, кызын сагынып өзгәләнгәндә, без аның күңел йомшаклыгын, йөрәк әрнүләрен күрәбез. Стенада эленеп торган кызының портретына карап, Райман еш кына аның белән сөйләшә, кызын исән кебек хис итә, киңәш сорый.

Моннан Райманның үз гаиләсенә язмышына битараф булмаганлыгы күренә. Димәк, әле өмет бар. Гаиләнең жимерелә баруы, ләкин аны саклап калыра мөмкин булуы күзгә деталә аша бирелә. Райман белән Гөлия кычкырышканда идәнгә түгәрәк күзгә төшөп ватыла. Күзгә өчкә ярылган: бу – Райман, Гөлия һәм кызлары. Ләкин таралмаган, тирәсе тотып калган. Бәлки ниндидер көч гаиләне саклап калыр.

Кызлары исән чакта гел эт баласы алып кайтуны сораган. Ләкин Райман моңа каршы килә. Кызлары вафат булгач, гаилә башлыгы кызы алырга теләгән көчкә охшаган эт алып кайта. Аны бала урынына карыйлар, тәрбиялиләр. Әсәргә килеп кергән эт образы кыз образын дәвам итүче, күпмедер күләмдә аны алмаштыручы булып та килә. Элек өченче бүлмәдә әти-әнисе белән кызлары торган, хәзер исә “Сынок” кушаматлы эт яши. Этләр өйдә булу аркасында гына гына икесе дә өйгә кайтырга мәжбүр. Этне кызларыннан да ким күрмиләр. Эт – Райман белән Гөлияне бәйләүче, татулыкка, тугрылыкка өндәүче образ булып тора. Гомумән, эт – татулык, тугрылык, дуслык билгесе.

Гаилә жылысы өйдә асраган жанвар белән генә ныклы була аламы икән? Драмада ретроспекция алымы бык уңышлы кулланылган. Райманның әтисе белән әнисе, ярдәмче геройлар буларак, яшьләргә киңәш бирүче кешеләр. Күпне күргән ана тагын бала алып кайтуны сорый, “ике бала – бер бала, бер бала – юк бала”

дип халык мәкальләре белән дәлилләр китерә. Ахырдан “Баласы бар кошның күңеле ояда була. Оясында шатлыгы була” дип өстәп тә куя. Ләкин ир белән хатын төрле сәбәпләр табып, бу мәсьәләне кузгатмаса тырышалар. Һәм нәтижәдә кызлары вафат булгач, гаиләнең жимерелү алдында торганын абайламый да калалар. Автор гаилә бәхете бала белән генә тулы була дигән нәтижәгә этәрә.

Шулай да укучы зур кызыксыну белән ир белән хатын мөнәсәбәте ничек тәмамланыр икән дип күзәтә. Райман беренче булып тормыш иптәшенә аерылышу турында тәкъдим ясый. Фатир бүлешү, этнең кем белән каласы да билгеләнәп куела. Гөлия язмышка буйсынып, ирнең карары белән килешә. Драманың кульминациясе булып, Ризван исемле таксистың Гөлия белән танышуы тора. Таксист аларның гаилә хәлләренән, хәтта сөяркә тотуларыннан да хәбәрдар булып чыга. Чөнки ул Ризван һәм Гөлияне сөяркәләре белән үзенә машинасында еш кына күргән, сөйләшүләренә колак салган, бу гаиләнең тормышы белән кызыксына башлаган. Шулай итеп, Ризван бу ике кешенең гаиләсенә килеп керә, гаиләдәге атмосфераны көйләүче ролендә килә. Аның кызыклы күзәтүләре, тормыш фәлсәфәсе дә бар: “Гаилә дигән нәрсә ул шулай сәер дөнья икән. Аның үз гомере, үз төне була икән... үз күгендә – үз ае, үз йолдызлары яна. Әгәр анда “әти”, “әни”, “улым”, “кызым” дигән төшенчәләр асыл сыйфатларын югалтса, ир, хатын, малай, кыз дигән затлар гына калса – бетте дигән сүз... алар арасында мәрхәмәт житмәс. Алар дөньясы – каты, жайсыз булыр. Тирә – юньгә дә салкынлык биреп, ул дөнья таркалыр” .

Автор Ризван ярдәмендә фәлсәфи фикерләр уздыра, гомумкешелек кыйммәтләрен беренче планга чыгарып карый. Егетнең нииятләре изге. Ул кешеләрне бер-берсенә мәрхәмәтле булырга, хөрмәт итәргә өнди. Шундый ниият белән ул Райманнарга килә һәм үз хәлен, йөрәк белән акыл тартышуының сәбәбен күрсәтмәкче була. Ирләр белән хатыннар арасындагы төрле

мөнәсәбәт, хыянәт итүләр егетнең гаиләгә булган карашын үзгәртәләр. Гаилә кору, балалар үстерү ниятенә ышаныч югалтуга китерәләр.

Ризванны бик күп сораулар борчый. Өйләнешкәннәргә ни житми? Ни өчен матур яши алмыйлар? Таксист үзенең шәхси тормышын жайланмавында да Ризван белән Гөлия кебекләргә гаепли. Гаилә нигезе бер-береңә ышануга, тугрылыкка корыла дип фикерли егет. Эпизодик герой Лу (Луара) белән мөнәсәбәтләре дә шушы жирлектә ачыла. Ирдән аерылган хатын Лу “хатын-кыз барында сөйләмәскә тиеш” дигән позициядә тора, ир дигән затка ышанып бетми. Нәтижәдә Ризван белән Лу барыбер бергә калмыйлар, хатын кире элекегә иренә кияүгә чыга.

Шулай итеп, драмада конфликт аңлашылмаучылыкка корылган. Ул гаилә эчендә генә калмый, аның жиле башка кешеләргә дә кагыла. Хәтта кешеләрнең язмышларына да тәэсир итә. Гаиләдә туган аңлашылмаучанлык, ышанычсызлык, шәхси проблемалар үз кысаларында гына чишелергә тиеш. Бер-береңә аңларга тырышу, проблемаларны вакытында хәл итргә омтылу күп кенә балалардан азат итәр иде.

Гомумән, әхлакый савыгу проблемасы Р. Мингалим ижатында киң майдан ала. Әхлаксыз Райман белән Гөлиягә капма-каршы итеп әхлаклы, инсафлы кеше – Ризван куелган. Әхлак кануннарының көчешунда, алар кешенең аңында яши, туымыштан килә. Ризван – авылда туып-үскән саф, пакь күңелле кеше. Бер-береңә шәфкатьле булу, хөрмәт күрсәтү аның канында.

Драманың чишелеше булып Гөлия белән Райманның уллары туу һәм бәхетле ата белән таксист Ризваннның аны алып кайтырга жыенулары тора. Райман кызларының дөвамчысы булган “Сынок”ны күз алдыннан югалтырга, Гөлиянең күңелен яраламас өчен, башка жиргә урнаштырмакчы була. Монда да таксист ярдәмгә килә, этне авылга кайтарырга килешә. Автор укучыга матур бетем тәкъдим итә. Райман белән Гөлия гаиләне торгызуның соңгы өмете бала тудыруда, тәрбияләүдә икәнне аңлыйлар. Баласыз дөнья – буш дөнья. Бала ул –

гаиләнең шатлыгы – сөөнече, күңел жимеше, ата-ананың бәгырь парәсе, әби-бабасының юанычы.

Язучының теләсә-кайсы әсәре жанлы сурәт, образларга корыла. Язучы жанлы образлар (кешелек, тереклек дөнъясы) турында, төзелеш, табигать, техника турында язарга мөмкин, әмма, нәрсә турында гына язса да, әдәби әсәрнең нигезендә кеше рухы, кеше эмоцияләре ята. Язучы аерым кеше образларын тудырганда ул кешегә бәйләнешле вакыйгаларны биреп кенә калмый, әлеге образның эчке дөнъясына, күңел түренә керә, аның рухын, эчке халәтен анализлай.

Әдәбиятны әдип үзе үк серле, сихри дөнъя дип атый. Аның әсәрләрен укый башласаң, чыннан да сихри дөнъяга аяк баскандай буласың. Сихри генә түгел, бәлки изге дөнъя белән дә чагыштырып булыр иде аны, чөнки язучы әсәрләрендә без изге төшенчәләр: туган туфрак, ата-ананың баласына булган мэхәббәте, гаиләдән аерылуның – фажига, туганнарның, авылдашларның якынлыгы – кешегә бәхет, яшәвенә көч бирә торган изге, тотрыклы хисләре белән очрашабыз.

Әдип әдәбият сәнгатенең кинәяле, метафорик, ассоциатив куәтенә ник таянып эш итүчеләрнең берсе. Эстететик фикерләр, карашлар мәйданы итеп ул мэхәббәт шикелле кешелек дөнъясын мәңге яшәтә торган, уйландыра, хисләндерә торган жирлекле сфераны сайлай.

Матур әдәбиятның яңалыкка борылышы, иң беренче чиратта, кешегә, аны сурәтләүгә мөнәсәбәттә күренә, хәзер әдәбиятта кеше, аерым шәхес, аның мәнфәгатьләре алга чыгарыла башлады. Чөнки кеше – дөнъяда тормыш итү үзәге. Холык-сыйфатлар үзенчәлекле, берәү дә беркемне кабатламый. Үзгәртеп кору, базар мөнәсәбәтләренә күчү, хосусый милекчелекне көчәйтү чорына кергәндә, кеше күңелендә барган давиллы кичерешләргә, рухи кыйбла эзләүләргә дә язучылар ижатында торган саен күбрәк урын бирелә.

Әдәбият:

1. Даутов Р.Н., Нуруллина Н.Б. Совет Татарстаны язучылары: Биобиблиографик белешмә. Казан, 1986.
2. Мингалим Р. Тау астында илле бүре: Пьесалар. Казан.1990.
3. Татар әдәбияты: Теория. Тарих / Д.Ф.Заһидуллина, Ә.М.Закирҗанов, Т.Ш.Гыйләҗев, Н.М.Йосыпова. Тулыл. 2 нче басма / Д.Ф.Заһидуллина. Казан, 2006.

УДК 070

А.Ф. Кашапова

студент

Российский исламский институт

г. Казань, Россия

© А.Ф. Кашапова

**СОВРЕМЕННЫЕ ИСЛАМСКИЕ СМИ ТАТАРСТАНА:
ТИПОЛОГИЯ, ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ**

В статье изложены результаты анализа религиозной прессы Республики Татарстан, обозначены тенденции развития, тематика и проблематика информационного агентства «Инфо-Ислам» <http://www.info-islam.ru/>.

Ключевые слова: информационное агентство, интернет-СМИ, сайт, социальные сети, журналистика, массовая аудитория.

The article describes the results of an analysis of the religious press in the Republic of Tatarstan, outlines the trends, themes and problems of information agency "Info-Islam <http://www.info-islam.ru/>.

Key words: Information Agency, online media, site, social networking, journalism, mass audience.

Религиозная пресса занимает важное место в современной системе средств массовой информации. Мусульманская умма растет, поэтому она нуждается в собственных средствах массовой

информации. Можно выделить несколько этапов развития исламских СМИ в Татарстане в постсоветский период: «первый этап, 1992–2000 гг. – развитие печатных СМИ, второй этап с 2000 года – выход в эфир на республиканских телеканалах образовательных передач об исламе, третий этап с 2005 года – развитие интернет-изданий об исламе» [1, с. 35]. Исламская пресса существует наряду с другими конфессиональными средствами массовой информации, например, христианскими, иудейскими. Электронные СМИ также ведут свое активное развитие. Имеются свои мусульманские радиоканалы, а также сетевые телевизионные каналы. В данном сегменте специализированных СМИ проявляются типологические особенности.

Информационное агентство «Инфо-ислам» начало свою работу в 2008 году. «Инфо-Ислам» – это информационное агентство в Татарстане, которое освещает жизнь мусульман всего мира. Портал призван стать главным медиа-ресурсом мусульманского сообщества Татарстана и одним из лидеров в исламском информационном поле России. Сайт Инфо-Ислам имеет ежедневно обновляемую новостную ленту. Также на сайте в свободном доступе предлагаются различные материалы, публикуемые в следующих рубриках: «Интервью», «Аналитика», «Обзор СМИ», «Халяль», «Интересно», «Женский раздел», «Наставления», «Фикх» (Исламское право) и «История». Большое внимание на сайте уделяется богословскому аспекту. Помимо этого, на сайте есть возможность ознакомиться с наиболее интересными статьями общефедеральной мусульманской газеты «Ислам-Info», совместно с которой портал образует единую медиа-группу. Сайт занимает 369 911 место в мире по популярности. В России 45 114 место. Посещаемость сайта за период январь–апрель 2017 года составила около 50 907 человек. Просмотры сайта в день составляют 2 263 раза. Просмотры в неделю 15 841 раз. В год – 67 890 раз. Посетители мужского пола составляют 80 %, женщины 20 % [2].

Информационное агентство имеет страницы в следующих социальных сетях – «ВКонтакте», «Фейсбук», «Одноклассники» и «Твиттер». В них мы видим регулярную заполняемость и обновляемость, что говорит о слаженной и оперативной работе СМИ. В социальной сети «ВКонтакте» количество подписчиков составляет 1 381 человек, количество публикаций на стене сообщества 1 198. В социальной сети «Фейсбук» количество подписчиков составляет 124 человека. В Социальной сети «Одноклассники» количество подписчиков составляет 66 человек. Количество читателей в «Твиттере» составляет 17 человек. Эти данные указывают на то, что развитие ИА «Инфо-Ислам» в социальных сетях требует большего внимания для повышения числа подписчиков.

В разделе «Сервисы», находящемся на нижней панели сайта, представлены следующие рубрики: «Вопрос имаму», «Вопрос юристу», «Поиск по сайту», «RSS-каналы», «Редакция», «Реклама на сайте», «Поддержите проекты», «Татарча сайт». Рубрика «Вопрос имаму» предоставляет посетителю задать любой интересующий вопрос имаму Абдуссабур хазрат Хайрутдинову, эксперту по религиозно-правовым вопросам ИА «Инфо-Ислам». Там же можно ознакомиться с информацией о специалисте, отвечающем на вопросы. Для отправки вопроса необходимо указать в нужной строке электронный адрес, тему вопроса и сам вопрос. В рубрике «Вопрос юристу» каждый может обратиться с юридическим вопросом к юристу Ильгаму Исмагилову, начальнику юридического отдела медиа-группы «Ислам-info». Форма отправки вопроса такая же, как и в предыдущей рубрике. Рубрика «RSS-каналы» объединяет разнообразный контент, физически находящийся на различных серверах, в одну логическую цепочку. В рубрике «Поддержите проекты» размещены наименования организаций, нуждающихся в благотворительной помощи. Раздел «Новости» содержит ссылки на мировые, республиканские и российские

новости. Новостной контент представлен не только религиозной тематикой, но и светской. Это является одной из особенностей данного информационного агентства.

Раздел «Статьи» классифицирован по рубрикам: «Аналитика», «Актуально», «Ислам в СМИ», «Фотостатьи», «Инфографика», «Видеостатьи». Количество публикаций в рубриках таково:

- «Аналитика» – 807;
- «Актуально» – 628;
- «Ислам в СМИ» – 654;
- «Фотостатьи» – 13; –
- «Инфографика» – 5;
- «Видеостатьи» – 93.

В разделе «Подборки» материалы распределены по следующим циклам: «Попытка военного переворота в Турции», «Булгарская исламская академия», «Что нужно знать о ханафитском мазхабе», «Приход исламского банкинга в Татарстан», «Новый мэр Лондона Садик Хан», «Пропавший имам Сулейман Зарипов».

Раздел «Интервью» включает в себя две рубрики – «Большое интервью» и «Комментарии». В рубрике «Большое интервью» размещены 372 публикации. А в рубрике «Комментарии» – мнения экспертов, которых на данный момент – 75. Раздел «Мозаика» образуют следующие рубрики: «В блогах» (71 публикация), «Женское» (132 публикации), «Спорт» (45 публикаций), «Халяль индустрия» (150 публикаций), «Интересно» (208 публикаций), «Ответы юриста» (18 публикаций).

В разделе «Религия Ислам» представлены материалы, содержание которых касается просвещения в области исламской религии, поэтому в нем освещаются такие темы: «Начинающему мусульманину» (17 публикаций), «Пророк Мухаммед» (166 публикаций), «История Ислама» (64 публикации), «Сподвижники Мухаммеда» (56 публикаций), «Пророки до Мухаммеда» (13

публикаций), «Электронные книги» (представлено 30 книг в электронном формате), «Вопросы фикха» (217 публикаций), «Наставления» (502 публикации), «Мусульманское видео» (12 видеороликов), «История Ислама у татар» (34 публикации), «Татарские богословы» (21 публикация), «Татарские мечети» (38 публикаций).

Общее количество новостей на сайте ИА «Инфо-Ислам» составило 27 076 за исследуемый период, а общее количество статей 2 821. Все это говорит о слаженной, оперативной и продуктивной работе сотрудников СМИ.

Литература:

1. Гильманова А.Н. Развитие специализированных СМИ в Республике Татарстан // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия: материалы Междунар. науч-практ. конф. (Екатеринбург, 14-15 апреля 2016 г.). Екатеринбург, 2016. С.35-39.

2. ИА «Info-Ислам». [Электронный ресурс] // Информационное агентство «Info-Ислам». URL: <http://www.info-islam.ru/> (дата обращения: 09.04.2017).

Г.Н. Нигматзянова

воспитатель высшей категории

детский сад № 376

г. Казань, Россия

©Г.Н. Нигматзянова

Э.Г. Багирова

воспитатель высшей категории

детский сад № 376

г. Казань, Россия

©Э.Г. Багирова

СМИ КАК ФАКТОР ПРАВСТВЕННОГО ВОСПИТАНИЯ ДОШКОЛЬНИКОВ

В статье раскрыта проблематика нравственного воспитания у дошкольников и важность средств массовой информации как фактора влияющего на социальную адаптацию.

Ключевые слова: Нравственное воспитание, дошкольники, средства массовой информации, социализация.

The article reveals the problems of moral education in preschool children and the importance of the media as a factor influencing social adaptation.

Key words: Moral education, preschoolers, Mass media, socialization.

Средства массовой информации в современном обществе являются важным инструментом формирования и социализации человека. Век информационных технологий и информации делает средства массовой информации мощным каналом воздействия на аудиторию, важную часть которой составляют дети. Дети дошкольного возраста очень восприимчивы к любой информации, которая, так или иначе, к ним поступает. Как известно, в возрасте 3–5

лет происходит усвоение моральных норм, правил поведения, начинает формироваться личность.

СМИ (телевидение, интернет, радио, наружная реклама) несут в себе информацию разного рода, и то, как она может повлиять на ребенка очень важно. Дошкольники, просматривая телевизионные программы, слушая радио или изучая различные видеоматериалы на просторах Интернета, очень часто ассоциируют себя с тем или иным героем. Не секрет, что даже самые маленькие дети быстро осваивают смартфоны, планшеты, компьютеры и ноутбуки. Проблема только в том, с каким информационным потоком сталкивается ребенок и как данный поток повлияет на его морально-нравственное становление.

Телевидение – это развлекательный контент. В большинстве своем все программы имеют приукрашенный характер. Таким образом, если это сериал, то преступление описывается очень тщательно и при этом наказание очень долго ищет виновника, так как интрига – важная вещь для поддержания напряжения и соответственно интереса со стороны зрителя. При условии, что зрителем может стать ребенок несознательного возраста, итог может быть не утешительным, происходящее может быть неверно истолковано и интерпретировано. Если телевидение не балует большим количеством мультфильмов или сказок, на помощь приходит Интернет. Родители зачастую, чтобы занять ребенка, включают ему мультфильм и занимаются своими делами. В данном случае ребенок, предоставленный самому себе, погружается в мир ассоциаций, выбирает понравившегося персонажа и произносит: «О, это буду я!». Современные мультфильмы славятся странными персонажами, нереальными сюжетными линиями и порой непредсказуемым поведением героев. Важно понимать, что ребенку нельзя смотреть, как негативный персонаж становится героем либо плохие поступки привлекают внимание и вызывают смех. Все, что

происходит на экране, очень быстро может произойти и в жизни при общении дошкольника в социуме.

Дети достаточно эмоциональны. Вся поступающая к ним информация оценивается в первую очередь эмоционально, окрашиваясь по-разному и создавая при этом разное отношение к ней. Любые эмоции, которые испытывают дошкольники, начиная с обиды и гнева и заканчивая радостью и удовольствием, являются проявлением искренности и откровенности. Отсюда можно сделать вывод о неустойчивости настроения и о состоянии аффекта. Огромное значение для развития личности ребенка приобретают мотивы установления и сохранения положительных взаимоотношений с другими детьми.

Бесконечный поток сцен с драками, насилием и убийствами откладывает огромный отпечаток на психологическое восприятие ребенка. Помимо негативных сцен, на экранах мелькают придуманные картины жизни общества, фантастика и преувеличение человеческих возможностей. Таким образом, представление о жизни может быть неверно сформировано и заведомо представлено как опасное и пугающее. Как будет ребенок общаться с другими людьми и проходить социализацию в обществе через призму полученной через вездесущие СМИ информации?

У ребенка может быть сформирована склонность к агрессивной манере поведения или изображению и подражанию негативным персонажам. Таким образом, полученная информация становится поведенческим образцом для ребенка. Средства массовой информации сопровождают нас повсюду: дома – телевидение, в автомобиле – радио, Интернет, на улицах и в транспорте – наружная реклама различного характера. Не стоит забывать, что дети – будущее поколение и от их социализации в дошкольном возрасте зависит их психологическое состояние, набор тех ценностей, которые потом станут моралью и нравственностью будущих поколений.

Т.А. Пивоварчик

канд. филол. наук, доцент

Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

г. Гродно, Белоруссия

© Т.А. Пивоварчик

**РЕГИОНАЛЬНАЯ ГАЗЕТА И НАЦИОНАЛЬНАЯ
ЖУРНАЛИСТИКА: СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

В статье анализируется специфика коммуникативных и речевых практик региональных СМИ, и определяются факторы, влияющие на формирование этих практик. Рассматривается вопрос о медиалекте региональной газеты как самостоятельном дискурсивном и функционально-стилевом явлении в системе национальной коммуникативной культуры.

Ключевые слова: региональная газета, язык СМИ, медиалект, медийный билингвизм, медиатекст.

The article analyzes the specifics of communicative and speech practices of regional media and determines the factors that influence the formation of these practices. The issue of the mass media lect of the regional newspaper as an independent discursive and functional-style phenomenon in the system of national communicative culture is considered.

Key words: regional newspaper, language of the media, mass media lect, media bilingualism, media text.

Глобализация и регионализация – два взаимосвязанных процесса в развитии современного медиарынка, которые, с одной стороны, обуславливают угрозу смещения региональных СМИ «из центра коммуникаций на периферию коммуникационных интересов» аудитории [1, с. 159], а с другой стороны, подтверждают устойчивые позиции и важнейшую роль региональных СМИ в развитии

национальных систем журналистики [2]. Сочетание в едином информационном пространстве общенациональных и региональных СМИ обеспечивает «необходимый баланс общего и особенного, абстрактного и конкретного, чужого, далёкого и родного, близкого» [3, с. 8], однако вопрос о балансе становится важным и в отношении самих региональных СМИ, где наблюдается взаимодействие центробежных и центростремительных тенденций в отношении как содержания газетных материалов, так и языковых средств его выражения [4, с. 965]. Наблюдения за речевой практикой разных типов массмедиа показывают, что именно местные периодические издания и их электронные аналоги в Интернете являются сегодня примерами активного и разнообразного использования национального языка, сохранения и трансляции традиционной культуры, в определенном смысле противостояния унификации современного информационного пространства.

Особая ценность современных исследований, посвященных дискурсу и языку региональных СМИ, видится в свете концепции частных функционально-стилевых картин мира (Г.Я. Солганик, Л.Р. Дускаева), исходя из которой можно предположить, что семантическое пространство, коммуникативный и языковой узусы региональной газеты как типа издания имеют свои особенности, а также поставить вопрос о медиалекте (медиалектах) региональных СМИ как особой подсистеме национального языка и языка массмедиа, самостоятельном дискурсивном и функционально-стилевом явлении. «Если мы говорим о языке СМИ, правильнее было бы говорить о разных языках, поскольку сегодня не существует единого недифференцированного языка, но есть несколько различных речевых практик, которыми пользуются различные СМИ. <...> Язык СМИ существует в сложной, разветвленной системе стилей. Каждое издание пытается выработать свой уникальный стиль, который будет служить брендом» [5, с. 84–85].

Изучение специфики коммуникативных и речевых практик современной региональной газеты и определение факторов, влияющих на формирование этих практик, требует междисциплинарного подхода, привлечения данных и методик разных гуманитарных наук (социологии, коммуникативистики и т. п.) и направлений лингвистики (эколингвистики, прагмалингвистики, лингвогеографии, лингвокраеведения и т. д.). Такой подход, в частности, позволит обратить внимание на «коллективную языковую и социальную личность» регионального журналиста.

Витальность и конкурентоспособность региональных СМИ в национальной системе журналистики (и шире – в глобальном медиапространстве), как уже не раз отмечалось исследователями, не в последнюю очередь зависит от умения редакций видеть и использовать типологические особенности таких изданий [6, с.16–26].

Типологические преимущества локальных массмедиа (как, впрочем, и так называемых локализованных социальных медиа, составляющих сегодня серьезную конкуренцию традиционному институту и как раз демонстрирующих свое умение эти преимущества в своей работе учитывать) обнаруживаются на четырех уровнях:

– уровень аудитории: максимальная близость к проблемам и интересам читателя; изначально положительная установка аудитории на восприятие местной информации и активное участие читателей в качестве авторов; «конгруэнтность и идентичность аудитории» [7] с точки зрения ее ценностных приоритетов и информационных интересов;

– уровень повестки дня: при универсальности тематики использование различных приемов смысловой «привязки новостных сообщений к данной местности» [3, с. 7]; оповседневивание новостей и регулярное обращение к здравому смыслу и социальным практикам повседневности; усиление утилитарной составляющей в

разнотематической информации; вовлеченность членов редакции в социокультурные и событийные практики территории;

– уровень концептосферы: «социальная ориентированность и идейно-нравственная детерминированность» содержания [8, с. 386], приверженность традиционной системе ценностей, отражающей, в частности, «опривыченные» практики повседневности данной территории; способность местных СМИ оказывать выраженное влияние на социализацию, личностную и социальную самоидентификацию и адаптацию читателей в ближайшей среде и др.;

– уровень коммуникативных и речевых практик: сочетание официоза и формальности с «межличностным диалогом, особой доверительностью» [7]; широкая зона фатика; разговор с аудиторией «на одном, доступном общему пониманию языке» [7], коммуникативное и речевое уподобление, при котором работники СМИ ассимилируют особенности речевых лиц своей аудитории.

Представляется, что все выше обозначенные типологические особенности региональных СМИ напрямую связаны со спецификой их языкового оформления, информационно-языковой политикой редакции, представлениями журналистов о престижных речевых вариантах и стилях, востребованных речевых жанрах, эффективных коммуникативных стратегиях и т. д. Например, профилирование описываемых в районной газете событий разного масштаба за счет их «привязки» к местной территории и местному сообществу привело к активному употреблению топонимической и оттопонимической лексики, а также лексики, называющей различные явления по их отношению к местности, формирующей и сохраняющей в газете особый, ценностно нагруженный территориально-социальный локус бытия.

Социолингвистический подход к исследованию языка региональных СМИ как составляющей «социальной рамки или матрицы» [9, с. 89] позволяет выявить различные характеристики «коллективной языковой личности» регионального журналиста.

Во-первых, региональную газету создает творческий коллектив журналистов, обычно небольшой по количеству и стабильный по составу, со сложившимися стилистическими традициями и представлениями об идеальном «речевом образе» издания и т. д. Можно предположить, что, исследуя язык районных СМИ, мы исследуем коммуникативные и речевые практики, «знаковый материал, созданный в процессе социального общения организованного коллектива» [10, с. 17]: в медиатексте «ищут баланс сложная природа языка – материала творчества, личностные пристрастия и вкусы творца, интересы и возможности печатного издания» [11, с. 7].

Во-вторых, творческий коллектив журналистов представляет собой определенную социально-демографическую группу. Так, в составе редакций региональных СМИ сегодня значительно преобладают женщины, что сказывается как на содержательных приоритетах газеты, так и на ее жанровых и дискурсивно-языковых особенностях. Авторы-женщины по сравнению с авторами-мужчинами в большей степени эмоционально «вовлечены» в то, о чем они пишут, что проявляется в частотности употребления индикаторов «вовлеченности» – личных местоимений первого и второго лица, глаголов в форме настоящего времени, глаголов со значениями мысли, мнения, предположения и т. д. [12, с. 175], дискурсивных единиц. Можем предположить, что выявленные нами в рамках исследования языка региональных СМИ Гродненской области склонность журналистов к эссеизации новостных и аналитических текстов, частотность случаев нестандартного, экспрессивного употребления пунктуационных знаков, предпочтение в случае вариантов более сильного знака препинания более слабому, а также увлеченность «дамским знаком» тире и т. д.

В-третьих, каждая региональная газета несет на себе отпечаток языкового пространства своего региона с его этнокультурной и

конфессиональной ситуацией, участвует в межкультурной коммуникации. Этот аспект актуален как для Российской Федерации, подтверждением чему служит наличие не только «национальной журналистики», но и кафедр с соответствующим названием, так и для Беларуси: белорусский социум всегда существовал в условиях многоязычия (в 1920–1930-х годах в БССР издавались газеты на четырех государственных языках: белорусском, русском, идиш и польском). Привычное для жителей республики переключение с языка на язык было связано с характером языковой ситуации, степенью ее ритуализации, наличием местных традиций, типом дискурса (институциональный или повседневный).

В настоящее время районные периодические издания Беларуси размещают материалы на двух государственных языках (белорусском и русском), в результате чего характерными явлениями становятся контактное двуязычие и меж- и внутрифразовое переключение языковых кодов: как в рамках номера газеты, так и отдельной страницы, отдельного текста или предложения.

Районные газеты отличаются одна от другой частотностью и характером использования белорусского языка. Наибольшее количество в системе районной СМИ Беларуси сегодня составляют газеты, в которых почти все материалы печатаются на русском языке, за исключением традиционных белорусскоязычных названий газет, а также единичных белорусскоязычных (согласно традиции каждой газеты) названий рубрик с русскоязычными, между тем, материалами в этих рубриках. Белорусский язык материалов нередко обусловлен тематикой (краеведение, культура, образование и т.д.) или источником (например, национальное информационное агентство БелТА). Таким образом, в региональном медиапространстве страны, как и во многих традиционных сферах использования языка, белорусский язык присутствует в первую очередь символически.

Наблюдения за языковым оформлением местных СМИ показали, что в районных изданиях за белорусским языком закрепляется функция сохранения и поддержания национально-культурной (в том числе государственной, гражданской) идентичности (самоидентификации) читателей и самой газеты (редакции) – это видно и по тому, что белорусский язык преобладает в партексте газеты, отражающем политику редакции, и по тому, что тексты на белорусском языке тематически, прежде всего, принадлежат к так называемой концептуальной, а также к этнической журналистике.

Гораздо реже среди местных изданий можно встретить такие, в которых почти все материалы печатаются на белорусском языке (за исключением единичных объявлений-поздравлений и рекламных модулей), и даже реклама в таких изданиях в большей части подается на белорусском языке, что является результатом переводческой деятельности сотрудников редакции. Таким образом, обнаруживаем, что на особенности медийного билингвизма влияют территориальные, экономические, демографические, этнокультурные особенности районов. Так, более широкое использование белорусского языка наблюдаем в газетах, издаваемых в районах, которые в соответствии со структурой производства можно назвать аграрными и в которых высокий процент сельских жителей. В газетах, издаваемых в крупных районных центрах с более развитой промышленностью, большинство материалов печатается на русском языке.

На активность кодовых переключений на страницах районной газеты влияние оказывают различные факторы: неоднородности языковой компетенции носителей русско-белорусского билингвизма, экономии речевых усилий со стороны журналистов, приоритета языка повседневного общения. Значительная часть аудитории районных газет достаточно хорошо владеет белорусским языком, чтобы читать на нем тексты, но понимает не все или понимает «приблизительно», а также сталкивается с трудностями при

продуцировании собственных текстов или комментариев к материалам газеты на белорусском языке. Поэтому в ряде случаев на страницах газет можно встретить переводы белорусских слов на русский язык, чтобы обеспечить понимание читателем их смысла.

Различия в речевом оформлении изданий, выходящих даже в близко расположенных друг к другу районах, коррелируют с региональными различиями в территориально обусловленных практиках медиаповедения (медиапроизводства и медиапотребления) [13], что в целом соответствует тенденциям фрагментации современной аудитории на коммуникативные сообщества с собственными нормами и правилами речевого поведения. Процесс медиатизации, проявляемый, в том числе, через «врастание» медиа во все социальные институты и в повседневную практику региона, эти различия только усиливает.

Социально-стилевой подход к исследованию языка региональных СМИ позволяет обнаружить факторы, обуславливающие отличия речевого оформления районной прессы от речевых практик других сегментов СМИ – отличия столь значимые, что «сотрудники локальных изданий ощущают себя создателями альтернативной прессы» [14, с. 115]. Многие «новации» современного медиатекста (субъективизация, драматизация, разговорность, раскованность, увлечение языковой игрой, повышенная метафоричность и т. п.) настороженно принимаются в районной газете или вообще отрицаются ей (в районной газете вы не встретите, за редким исключением, жаргонные единицы и средства создания иронизирующего дискурса). Зато по-прежнему, еще с советских времен, в языке районной газеты изобилуют штампы, в том числе канцелярские, «не имеющие эффекта творческой работы автора, стилистически и эмоционально обедняющие текст, делающие его сухим, трудным для восприятия и неинтересным» [15; с. 116].

Штампы, удобные для журналистов в силу воспроизводимости готовых речевых формул и естественные в силу тематических

предпочтений изданий (региональные газеты детально освещают деятельность местных органов власти, надзора и контроля), активно переносятся из административно-управленческого языка в языковое пространство газеты. Однако если в общенациональных изданиях такие штампы обнаруживаются изредка, по преимуществу в интервью представителей соответствующей сферы и в выдержках из документов, то в языке региональных СМИ штампы не только частотны, но и занимают сильные позиции текста.

Такое явление не в последнюю очередь можно объяснить престижностью, особенно в провинции, административно-управленческого стиля: «Всякая языковая практика воспринимается на фоне практики легитимной <...> причем возможная объективная стоимость языковых продуктов разных говорящих субъектов, а, следовательно, и отношения каждого из них с языком и, одновременно, само его производство определяются внутри системы конкурирующих на практике вариантов, система же эта образуется в реальности всякий раз, когда складываются определенные экстралингвистические условия образования языкового рынка» [16]. Злоупотребление такими штампами может объясняться, в частности, и тем, что в местных СМИ «именно властным структурам отводится решающая роль в положительном развитии социальной сферы общества» [17, с. 12]. А потому, несмотря на то, что в последние годы районные газеты активно публикуют материалы своих читателей, разговорная стихия слабо проникает на страницы изданий, так как в большинстве случаев читатели тоже стараются, когда пишут материалы для газеты, соответствовать «престижному» стилю.

Следует отметить, что репертуар выполняемых районными СМИ функций имеет свою специфику, что порождает и специфические требования к содержанию и его речеванровому воплощению. Например, «социальная избыточность коммуникации»

может цениться больше информативности, поскольку первая «используется для подтверждения социальной сплоченности» и солидарности [18, с. 22]. Для районной газеты наиболее традиционной является этническая идентификация через понятие «малой родины» – так называемая районная (территориальная) идентификация как одна из разновидностей коллективной идентичности. В том числе через «осознание образа своей территории как ментально-духовного пространства» [19, с. 42]. Например, в районных газетах регулярны посессивно-субстантивные сочетания с наименованиями страны и региона; часто они становятся идеологическими константами публицистических текстов.

В то же время, будучи одним из важнейших институтов региональной культурно-информационной среды, региональные СМИ несут ответственность не только «за адекватное восприятие всего мира как целостности перед своей локальной аудиторией, но и за адекватное восприятие тех локальных (региональных, национальных) реалий, к которым они сами принадлежат, у мировой, интернациональной аудитории. Прибавим сюда ответственность перед своей локальной аудиторией за медийный образ ее жизненного мира в глазах аудитории глобальной» [20, с. 143]. Именно в силу этой ответственности особенно заметной становится проекция «глобального через локальное» в районной газете.

Литература:

1. Пургин Ю.П. Трансформация региональных печатных СМИ в условиях изменения коммуникативной парадигмы массовой информации // Известия Уральского государственного университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. 2011. № 2 (89). С. 158–165.
2. Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М., 2014.
3. Ершов Ю.М. Телевидение регионов в поиске моделей развития. М., 2012.

4. Трофимова О.В. Феномен районной газеты в современном коммуникативном пространстве // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2010. № 4 (2). С. 965–968.

5. Проскуряков М.Р. О некоторых системных явлениях в языке СМИ // Речевая коммуникация в средствах массовой информации: Матер. II Междунар. науч.-практ. семинара, Санкт-Петербург, 17-19 апреля 2013 г. / под ред. В. В. Васильевой, В. И. Конькова. СПб., 2013. С.83–86.

6. Газета + радио. В помощь редакторам региональных СМИ / Русакевич В. В., Ананич Л. С., Воробьев В. П. и др. Минск, 2004.

7. Тепляшина А.Н. Стратегии развития местной прессы в современной России // Мир лингвистики и коммуникации [Электронный научный журнал]. Тверь, 2012. № 4. URL: <http://www.tverlingua.ru/> (дата обращения: 01.08.2015).

8. Дроздов Д.Н. Современный менеджмент региональной прессы в контексте существенных процессов трансформации национального информационного пространства Республики Беларусь // Журналістыка-2014: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 16-й Міжнар. навук.-практ. канф., 4–5 снеж. 2014 г., Мінск / рэдкал. : С.В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. Вып. 16. Мінск, 2014. С. 384–388.

9. Блакар Р. Язык как инструмент социальной власти (Теоретико-эмпирические исследования языка и его использования в социальном контексте) // Язык и моделирование социального взаимодействия: Переводы / Сост. М. В. Сергеева и П. Б. Паршина; Общ. ред. В. В. Петрова. М., 1987. С. 88–125.

10. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1979.

11. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). СПб., 2002.

12. Рычкова Л.В. Корпусной подход к исследованию гендерно обусловленной специфики газетного дискурса Гродненщины //

Гендер и проблемы коммуникативного поведения: сборник материалов пятой международной научной конференции, 31-1 ноября 2013 года / Учреждение образования «Полоцкий гос. ун-т»; редкол.: А. А. Гугнин, Н. Б. Лысова, И. Г. Лебедева, и др. Новополоцк, 2013. С.174–177.

13. Чернов А.В. Возможна ли медиарегионалистика как специальная область исследований массмедиа? // Вестник Череповецкого государственного университета. 2014. № 2. С. 74–78.

14. Назарова Т.В. Типологические особенности локальных газет Волгоградской области // Вестник ВолГУ. Сер. 8. 2005. Вып. 4. С. 114–117.

15. Зелянко С.В. Рэдактарскі аналіз аднаго нумара газеты “Да новых перамог” // Культура маўлення журналіста: зб. навук. артыкулаў / пад рэд. В. І. Іўчанкава, С. К. Бердніка. Мінск, 2013. С. 114–122.

16. Бурдые П. О производстве и воспроизводстве легитимного языка // Отечественные записки. 2005. № 2 (23). URL: <http://www.strana-oz.ru/2005/2/o-proizvodstve-i-voisproizvodstve-legitimnogo-yazyka> (дата обращения: 17.03.2015).

17. Иванищева О.Н. Медиапространство в условиях современных социальных трансформаций: региональное измерение // Теория и практика общественного развития. 2015. № 1. С.11–13.

18. Луман Н. Медиа коммуникации. Пер. с нем. / А. Глухов, О. Никифоров. М., 2005.

19. Головнёва Е.В. Региональная идентичность как форма коллективной идентичности и ее структура // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2013. № 5. С. 42–45.

20. Концевой М. Языковая адаптация интернет-медиа к международной аудитории // Международная журналистика-2013: глобализация и регионализация информационного пространства: материалы Второй Междунар. науч.-практ. конф., 20 февр. 2013 г., Минск / под общ. ред. Т. Н. Дасаевой ; сост. Б. Л. Залесский. Минск, 2013. С. 142–149.

П. Ф. Потапов

д-р филол. наук, профессор

Югорский государственный университет

г. Ханты-Мансийск, Россия

© П.Ф. Потапов

МОРДОВСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА НА ЭТАПЕ СТАНОВЛЕНИЯ НОВОЙ ОБЩЕСТВЕННОЙ ФОРМАЦИИ

Статья расширяет и углубляет имеющиеся в современной науке представления о деятельности мордовской печати, которая имеет долгую историю и в настоящее время занимает достойное место в общекультурном пространстве республики, способствуя национальному и духовному возрождению своего народа.

Ключевые слова: история, газетно-журнальная периодика, национально-государственное строительство, деятельность СМИ, становление и развитие новой общественной формации.

The article expands and deepens the ideas in the modern science about the activity of the Mordovian press, which has a long history and now occupies a worthy place in the general cultural

Key words: History, newspapers and magazines, nation-building, media activities, the emergence and development of a new social formation.

В 30-е гг. прошлого века произошли глубокие изменения в общественно-политической, социально-экономической и духовной жизни мордовского народа. Он получил свою государственность. 10 января 1930 г. Президиум ВЦИК, выражая волю трудящихся-мордвы, принял постановление «О преобразовании Мордовского округа Средне-Волжского края в Мордовскую автономную область с центром в г. Саранске». Через пять лет – 20 декабря 1934 г. принимается еще одно постановление Президиума ВЦИК –

Мордовская автономная область была преобразована в Мордовскую Автономную Советскую Социалистическую Республику. В своих комментариях, посвященных этому событию, газеты «Якстере теште», «Од веле» отмечали, что мордовский народ впервые за свою историю получил национальную государственность, которая гарантирует решение социальных и на их основе – национальных задач.

Национально-государственное строительство явилось важным фактором не только решения национального вопроса, но и формирования прессы Мордовии, открыв новый этап в ее истории, когда вся издательская деятельность сосредоточилась в едином центре – Саранске, что положительно сказалось на ее дальнейшем развитии.

1 января 1931 г. в Саранске вышла в свет газета «Эрзянь коммуна» – орган Мордовского обкома партии и облисполкома. В связи с этим «Якстере теште» («Красная звезда»), выходившая в Москве, 15 января 1932 г. сообщала читателям, что ее издание по решению Президиума Совета национальностей ВЦИК переносится в Саранск с целью укрепления национальной печати в области и улучшения обслуживания мордовского населения периодическими изданиями. Многие журналисты и другие сотрудники были переведены на работу в газету «Эрзянь коммуна». Первым ее редактором был Г.Е. Егоров.

Получила развитие журнальная периодика. Издававшийся с марта 1928 г. в Пензе журнал «Валда ян» («Светлый путь») был переведен в Саранск. Однако отсутствие кадров, имеющих опыт работы в изданиях журнального типа, а также недостаток средств стали причиной почти полуторагодичного перерыва в выходе журнала. 21 октября 1930 г. Президиум Мордовского облисполкома решил возобновить с 1 января 1931 г. выпуск журнала «Валда ян» периодичностью один раз в месяц. С марта 1932 г. «Валда ян» начинает издаваться дважды в месяц, а в июле переименовывается в «Колхозонь эряф» («Колхозная жизнь») и становится литературно-

художественным. В редколлегию журнала входили мордовский поэт М.И. Безбородов, писатель Л.Ф. Макулов, ученый-языковед И.Г. Черапкин и др.

Создание сети газет и журналов шло таким образом, чтобы наиболее полно удовлетворить запросы трудящихся всех национальных групп, проживающих на территории Мордовии. Недостаток в периодической печати на родном языке ощущала эрзянская часть мордовского населения. Поэтому 7 декабря 1928 г. секретариат Средне-Волжского обкома ВКП (б) принял специальное постановление об издании с января 1929 г. ежемесячного общественно-политического журнала на эрзянском языке под названием «Сятко» («Искра»). В редакционную коллегию вошли А.В. Андрофагин, Д.И. Гребенцов, К.С. Петрова, И.С. Поздяев и др. Первые номера журнала вышли в Самаре, а в августе 1930 г. издание переведено в Саранск.

В 1933 г. начали выходить детские журналы: «Якстере тяштенья» («Красная звездочка») на мордовском-мокша и «Пионерэнь вайгель» («Голос пионера») на мордовском-эрзя языках. На их страницах печатались произведения не только известных мордовских прозаиков и поэтов, но и первые литературные опыты юных читателей. Редакции журналов всемерно способствовали формированию творческой молодежи, ориентировали ее на создание произведений, отвечающих идейно-политическим требованиям времени.

Мордовский областной комитет ВКП(б) видел необходимость в издании комсомольской газеты. Это диктовалось всей совокупностью новых условий жизни мордовской молодежи, возросшими общественными и культурными запросами юношей и девушек. В январе 1931 г. была создана газета под названием «Ленинэнь киява» («По ленинскому пути») – орган Мордовского обкома и Саранского горкома ВЛКСМ – на эрзянском языке, которая выходила разовым тиражом 2 500 экземпляров. Редактировал газету В.М. Кузьмин.

В начале 1933 г. стала издаваться молодежная газета на мокшанском языке «Комсомолонь вайгяль» («Голос комсомола») – орган Мордовского обкома и Саранского горкома ВЛКСМ. Тираж составлял 1 500 экземпляров. Редактором газеты был С.И. Тихонов.

В начале 30-х годов XX века Мордовия значительно изменила свой облик, произошли перемены и в жизни трудящихся. Названия некоторых газет уже не отражали всех преобразований. В ноябре 1930 г. газета «Завод и пашня» переименовывается в «Красную Мордовию» и начинает выходить ежедневно. Газета «Од веле» с августа 1932 г. стала печататься под названием «Мокшень правда» («Мокшанская правда»). С образованием в 1934 г. Мордовской АССР эти периодические издания становятся республиканскими.

Уездные газеты в свою очередь были преобразованы в районные. К началу 1931 г. в Мордовии издавалось 5 газет такого типа тиражом примерно 2 000 экземпляров каждая: в Краснослободске – «Большевицкая трибуна», в Рузаевке – «Коллективный труд», в Темникове – «Колхозонь кис» («На колхозный путь»), в Ромоданове – «Колхозная стройка». Но этого было недостаточно для республики с 18 районами. Все больше ощущалась необходимость в увеличении количества газет.

В первой половине 1931 г. удалось наладить выпуск изданий еще в нескольких районах: Теньгушевском – «Голос деревни», Торбеевском – «За социалистическую деревню», Зубово-Полянском – «Валда шити» («К светлomu дню») [10]. В 1932 г. Совнарком РСФСР выделил на развитие полиграфической базы Мордовии 152 тыс. рублей, что позволило создать газеты уже во всех районах. Они выходили один раз в пятидневку общим тиражом 50 тыс. экземпляров. Районные газеты получили всеобщее признание. Они отражали развитие экономики района, выступали за преобразование сельского хозяйства, за создание новой жизни в деревне, воспитывали у людей чувство ответственности за порученное дело.

В Мордовии с организацией в 1933 г. политотделов МТС стали издаваться политотдельские газеты. Всего их насчитывалось 27. Они имели небольшой формат и периодичность пять раз в месяц. Тираж каждой газеты составлял 300–400 экземпляров.

Таблица 1

Динамика выпуска газет в Мордовии в 1930-е гг.

№ п/п	Название газеты	Разовый тираж, экз.			
		1934	1935	1936	1937
1	«Красная Мордовия»	10 302	13 000	18 800	20 100
2	«Мокшень правда»	5 157	5 380	5 445	4 909
3	«Эрзянь коммуна»	3 264	5 071	5 184	4 413
4	«Ленинэнь киява»	1 630	2 174	2 767	2 750
5	«Комсомолонь вайгяль»	1 137	1 473	2 373	2 113
6	Районные газеты (средний тираж)	–	1 400	2 000	1 606

Таблица 2

Динамика выпуска журналов в Мордовии в 1930-е гг.

№ п/п	Название журнала	Тираж, экз.			
		1934	1935	1936	1937
1	«Сятко»	600	641	1500	1500
2	«Колхозонь эряф»	747	455	100	770
3	«Якстере галстук»	750	710	550	550
4	«Пионерэнь вайгель»	680	100	500	710

Печать Мордовии постоянно информировала читателей о социалистических преобразованиях в жизни города и села, о том, как выполняются планы развития народного хозяйства. «Трудящиеся знают, – отмечалось в «Красной Мордовии», – что в наших условиях

экономический план есть план боевых действий» [8]. 1 января 1937 г. номер газеты «Мокшень правда» открывается аншлагом: «Мы вступили в первый год второй пятилетки». Ниже – лозунг: «Выше знамя социалистического соревнования!». На второй полосе газетного номера под рубрикой «Над чем будет работать Советский Союз во второй пятилетке» помещены плановые цифры развития страны.

Газетные материалы призывали: «Соревнование должно стать массовым», «Пятилетку в массы», «Вовлечь в социалистическое соревнование всех трудящихся». В них рассказывалось о том, как проходило обсуждение пятилетнего плана развития народного хозяйства в трудовых коллективах, о принятии ими дополнительных обязательств, чтобы в минимальные сроки выполнить плановые задания и таким образом удовлетворить потребности экономики. Так, один из номеров за 1937 г. газеты «Мокшень правда» вышел с материалами об инициаторах социалистического соревнования в Мордовии – работниках типографии «Красный Октябрь», в которых обобщался их опыт. Они не допускали прогулов, простоев оборудования, организовали ударную бригаду, конкурс на лучшего работника. Вскоре полиграфистов г. Саранска поддержали рузаевские железнодорожники, рабочие Ширингушской суконной фабрики. Во второй половине 1937 г. уже десятки промышленных предприятий включились в социалистическое соревнование. Некоторые из них, как сообщала газета «Мокшень правда», соревновались с предприятиями других округов и областей: Рузаевское депо – с Самарским, ардатовские и краснослободские предприятия – с предприятиями г. Москвы [11].

Издания устраивали слеты по обмену опытом между соревнующимися, пропагандировали достижения передовиков. В 1933 г. социалистическим соревнованием было охвачено более половины тружеников промышленных предприятий Мордовии. Многие из них, как, например, уметский лесозавод «Дубитель», перевыполнив плановые задания, вышли в число лучших в Средне-

Волжском крае, а железнодорожники станции Саранск за высокие производственные показатели были занесены на Всесоюзную Доску почета [3].

Широкое отражение в печати Мордовии получило развитие сельского хозяйства. Задача стояла одна – завершить коллективизацию в республике, чтобы более рационально использовать землю и современную технику, повысить производительность труда, увеличить товарность сельскохозяйственного производства и таким образом показать преимущества коллективного труда в использовании земли, техники и рабочей силы. Вся деятельность газет в этот период подчинялась выполнению директивных указаний партии и Советского правительства. Часто публикуются лозунги, призывы: «Под руководством Коммунистической партии – к социализму!», «Вперед, к крупному коллективному хозяйству!».

В одном из номеров «Красной Мордовии» было сообщено о сельхозартели «Единый труд», в которой крестьяне, работая совместно, значительно увеличили валовой доход в полеводстве. «Достижения сельскохозяйственной артели, – отмечалось в газете, – свидетельствуют о том, что только коллективная работа может поднять доходность крестьянского хозяйства» [4].

Газета «Колхозная стройка» в одной из статей познакомила читателей с организацией работы в одном из передовых хозяйств Ромодановского района, где умело налажены учет и оплата крестьянского труда [7].

Печать использовала разные формы и методы работы. Среди них организация «социалистического буксира» – шефство передовых районов и колхозов над отстающими. Инициатором этого почина была «Красная Мордовия». Газета делегировала своего сотрудника в областную бригаду по организации «буксира» и в дальнейшем подробно освещала ее деятельность. Началом маршрута был избран один из передовых районов Мордовии – Чамзинский. Он стал

головным отрядом «социалистического буксира» Отсюда бригады были направлены в отстающие Атяшевский и Кочкуровский районы.

«Социалистический буксир» использовался и другими периодическими изданиями. При этом каждая газета вносила что-то свое в его организацию. По инициативе «Красной Мордовии», например, были созданы районные штабы «социалистического буксира» в Ковылкине, Старом Шайгове, «дозорные посты» – в селах Барашево и Козловка Темниковского района.

Процесс коллективизации в Мордовии неуклонно продолжался. В 1937 г. колхозы объединяли уже 82,5 % крестьянских дворов и засевали 96,6 % всей площади. В личном пользовании колхозников оставались приусадебные участки, сельскохозяйственный инвентарь, скот и домашняя птица. К концу 1930-х гг. в республике было создано 1 526 колхозов и 20 совхозов вместо 200 тыс. индивидуальных крестьянских хозяйств, существовавших в канун начала колхозного движения [6].

Успехи в развитии промышленности и сельского хозяйства стали важным условием развития культуры мордовского народа. Воздействие на этот процесс оказала периодическая печать. На ее страницах помещалось много материалов, свидетельствовавших о большом желании трудящихся овладеть грамотой, знаниями. В 1937 г. республика имела 353 семилетние и средние школы, количество обучающихся в них составляло 124 600 человек [9].

Одновременно проводилась большая работа по подготовке кадров мордовской интеллигенции: «Мокшень правда» сообщала о первом выпуске студентов совпартшколы, «Якстере теште» – о первом выпуске учащихся Петровского педтехникума. Газеты желали выпускникам активной общественно-политической деятельности. С этой целью во многих газетах публиковались лозунги, призывы: «Кадры решают все», «Борьба за кадры – есть борьба за социализм». «Мокшень правда» выступала за то, чтобы посылать на учебу тех, кто

хочет работать среди мордвы, способствовать подъему ее культурного уровня [5].

В 1930 г. в республике открывается государственный педагогический институт, в 1932 – научно-исследовательский институт, в том же году начали функционировать Мордовское книжное издательство и Мордовский драматический театр. Плодотворно развивалось изобразительное искусство республики. В 1934 г. в Саранске состоялся первый съезд литераторов Мордовии. В члены Союза писателей были приняты Я. Григошин, Н. Эркай, Ф. Чесноков, П. Кириллов, И. Кривошеев, А. Куторкин. Рядом с ними активно оттачивали свое перо К. Петрова, Е. Пятаев, В. Коломасов, П. Левчаев, Л. Макулов, К. Абрамов, М. Сайгин, И. Девин, А. Малькин и другие. Благодаря их творческим поискам в 1930-е гг. произошло дальнейшее жанрово-тематическое и стилевое обогащение мордовской литературы. Она совершила заметный шаг на пути к художественной зрелости.

Печать популяризировала творчество мордовских поэтов, писателей, обсуждала на своих страницах достоинства и недостатки их произведений. Только в журнале «Колхозонь эряф» за 1933 г. вышло 8 рецензий. В некоторых номерах печатались по две рецензии. Обсуждение отдельных произведений (книг, сборников) приобретало форму диалога. Подобные рецензии способствовали выработке у читателя гражданской позиции, пробуждали интерес к литературе.

Газеты «Мокшень правда», «Эрзянь коммуна» ввели специальную рубрику «Среди мордовских книг» с целью знакомства читателей с издаваемой литературой на родном языке. Так, в одном из номеров газеты «Красная Мордовия» была опубликована статья А. Дорогойченко. Он сообщал читателю о том, что «мордовская художественная литература сделала первые самостоятельные шаги. Книги, выпущенные за последние 2 года на эрзянском и мокшанском языках, являются залогом того, что мордовская литература быстрыми

шагами пойдет вперед, ликвидируя свое отставание от наиболее передовой в Советском Союзе русской художественной литературы и от литератур других народностей Советского Союза» [2].

Печать была проникнута оптимизмом, верой в социалистическое переустройство общества. В этой связи показательна статья «Вперед, к новым победам!», опубликованная в декабре 1934 г., когда Мордовия отмечала пятилетие автономии. «В крае произошли огромные изменения, – говорилось в статье. – Из области отсталого, обнищалого, мельчайшего единоличного хозяйства он превратился в область крупного колхозного и совхозного сельского хозяйства, с широким внедрением новейшей машинной техники» [1].

В рассматриваемый период дальнейшее развитие получает журналистика. Если в 1930 г. в национальном крае было 14 газет, то в 1934 г. их количество достигло 69, из них 5 республиканских, 19 районных, 40 газет политотделов МТС и совхозов, 5 фабрично-заводских. Выходило 5 журналов, из них 4 на мордовских языках. Возросло и количество распространяемой периодики. Заметно улучшилось содержание газет. Они становились тематически богаче, вовлекали в активную общественную и политическую жизнь широкие слои трудящихся.

Анализ публикуемых материалов свидетельствует о том, что печать выступала как источник оперативной разнообразной информации. В своей работе активно участвовала в строительстве новой жизни в Мордовии и России: во-первых, содействовала направлению трудовых и материальных ресурсов на осуществление экономических преобразований в регионе; во-вторых, выступала как средство всестороннего развития: воспитания, образования, социализации, консолидации всех народов, проживающих в национальном крае.

Литература:

1. Вперед, к новым победам! // Красная Мордовия. 1934. 22 декабря.

2. Дорогойченко А. Развитие мордовской литературы // Красная Мордовия. 1934. 14 мая.
3. За выполнение плана // Красная Мордовия. 1934. 17 января.
4. За коллективную работу // Красная Мордовия. 1937. 7 ноября.
5. За культурный уровень // Мокшень правда. 1935. 17 марта.
6. История советского крестьянства Мордовии. Ч. 1. 1917–1937 годы. Саранск, 1987.
7. Колхозы, берите пример с сельхозартели «Свобода» // Колхозная стройка. 1936. 5 февраля.
8. План боевых действий // Красная Мордовия. 1933. 5 мая.
9. Под звездой Октября. Мордовская АССР за 50 лет Советской власти. Саранск, 1967.
10. Потапов П.Ф. История мордовской журналистики (1917–1934). Саранск, 1994.
11. Социалистическое соревнование // Мокшень правда. 1937. 29 апреля.

УДК 070

Л.Р. Сабирова

канд. филол. наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

©Л.Р. Сабирова

МИЛЛИ МЭГЪЛУМАТ СИСТЕМАСЫНДА ЯНЧА ФОРМАТЛАР

Сейчас происходит смена форматов средств массовой информации. Это очень заметно и в национальных средствах массовой информации. В данной статье подробно проанализированы новые методы, форматы и способы воздействия на аудиторию в татароязычных СМИ, выявлены основные тенденции развития, приведены примеры из печатных средств массовой информации и радио.

Ключевые слова: национальная журналистика, новые форматы, методы в журналистике, аудитория.

There is a change of media formats now. This is also very noticeable in the national media. This article analyzes in detail the new methods, formats and methods of influence on the audience in the Tatar-language media, identifies the main development trends, and provides examples from the print media and radio.

Key words: national journalism, new formats, methods in journalism, audience

Соңгы елларда татар журналистикасында үзгәрешләр шактый артты. Аеруча зур яңалыклар аудитория белән эшләүдә чагылыш таба. Журналистлар халыкка тагын да якынарак булу өчен үз ижатларында заманча алымнар кулланырга тырышалар, аудиториянең игътибарып жәлеп итү максатыннан төрледән-төрле методларга мөрәжәгать итәләр. Әлеге үзгәрешләр нәтижәсендә татар журналистикасында да ижатның яңадан-яңа төрләре, заман технологияләре белән бәйле яңа алым-чаралары барлыкка килә.

“Газета-журналлар арасында конкуренция барлыкка килү нәтижәсендә журналистлар да укучының игътибарын яулау өчен эзләнәргә, даими яңалыкка омтылырга мәҗбүрләр. Шул ук вакытта элеккедә булган табышларны да югалтмау, даими барлап тору мөһим” [1].

Бүгенге көндә журналистикада үз урыныңны табу жиңел түгел. Укучыны жәлеп итәрдәй материал яки тапшыру эзерләү өчен журналистка бик нык тырышырга, ижади яктан якын килеп эш итәргә һәм иң мөһиме яңа формалар (форматлар) уйлап табарга, ачыласы теманың эчтәлеген үзенчәлекле итеп яктыртырга кирәк.

Яңа алымнар һәм үзенчәлекле форматлар эзләү – ул бүгенге көн журналистикасының төп таләбе. Бары тик үз стилин, үз аудиториясен тапкан журналистлар гына конкурентлылыкка сәләтле, бүгенге көн журналистикасына туры киләләр.

Татар вакытлы матбугатында барлыкка килгән һәр яңалыкны заман таләбе яки милли журналистиканың үсеше дип кенә карау зур хата булып иде. Һәр яңа форма, һәр үзенчәлекле алым – ул беренче чиратта аудитория өчен эшләнә. Чөнки нәкъ менә аудитория газета-журналларның гомерен билгели. Укучысы булган басма өчен бәяләр арту да, интернетлашу процессы да куркыныч түгел. Журналистлар моны аңлап эш итәләр, аудиторияне җәлеп итүнең төрле юлларын эзлиләр.

Белемле һәм тәҗрибәле журналист аудитория белән эшләү алымнарын да яхшы белә. Гомумән, аудитория белән журналист арасында һәрвакыт элементә булырга тиеш. Журналист укучысы нәрсә теләгәннән белеп эш итәргә, аңа кызыклы һәм аңлаешлы булган темаларны яктыртырга, укучының үзен дә материалга “алып кереп китә” белергә бурычлы.

Редакция белән аудитория арасындагы мөнәсәбәт аерылып тора, чөнки төрле яшәтгә киң катлам жәмәгәтчеклекне колачларга кирәк. Укучылар арасында редакция белән даими элементдә торучылар, зур кызыксыну белән басылып чыккан язмаларга күзәтү ясаучылар, авторларны танып-белүчеләр, аларның фикерләре белән килешү-килешмәвен белдерүчеләр дә бар. Ләкин күп очракта халык матбугатка гадәттән тыш хәлләр килеп чыкканда яисә үзенә кирәкле мәгълүматны табарга кирәк булганда гына мөрәҗәгать итә.

Журналистның һәрбер эсәре журналист һәм аудитория мөнәсәбәтләре системасында яши. Газета тексты – журналист тарафыннан аудитория өчен эзерләнгән материал. Әмма кайвакыт ул аудитория тарафыннан кабул ителмәскә яки аны битараф калдырга мөмкин. Журналист һәм аудиторияне бәйләп торучы – эсәр – үзендә кирәкле мәгълүматны саклай ала, ләкин теге яки бу сәбәпләр аркасында аның укучы игътибарыннан читтә калу куркынычы да бар. Шуңа күрә журналист – эсәр – аудитория чылбырының ныклығын даими кайгыртып тору мөһим. Аудиториянең кызыксынулары, теләк-омтылышлары турындагы гомуми картина белән генә канәгать

булырга ярамый. Вакытлы матбугат чараларының уңышы аудиториясенә кызыксынуларыннан һәм теләкләреннән даими хәбәрлар булуға барып тоташа. Моның өчен редакция тарафыннан укучылар өчен әзерләнгән махсус чаралар ярдәмгә килә.

Күпчелек ижат кешеләре кебек, журналист та үзенә эсәрен индивидуаль рәвештә тудыра. Ләкин кайвакыт бер эсәрен берничә журналист та язарга мөмкин. Шәхси һәм коллектив белән башкарган тырышлыклар нәтижәсендә аудиториягә тәкъдим итәрдәй продукт килеп чыга. Һөнәри бурычлар системасыннан тыш, журналист алдында тәкъдим ителәчәк мәгълүматның аудитория тарафыннан ничек кабул ителәсен чамалау бурычы да тора.

Журналистиканың массакүләм-мәгълүмати эшчәнлегә үзгә өч этапны ала. Тикшерүче Е.П. Прохоров беренче этап чынбарлыкны чагылдыру, икенче этап эсәренә текстын төзү, өченче этап эсәренә аудиториягә тәкъдим ителүе дип атый. Өченче этапта уңышка ирешү өчен беренче һәм икенче этапларны әзерләүгә аеруча игътибарлы булырга кирәк. Прохоров аудиторияне кайгырту журналист ижатының мөһим бер өлеше дип саны [2].

Бүгенге заман журналистикасында аудитория белән аралашуның универсаль алымнары юк. Хезмәттәшлек итүнең традицион алымы буларак экспертизаны (безнең хакта нәрсә уйлыйсыз?), диалогны (тәкъдим ителгән тема буенча нәрсә уйлыйсыз?) һәм автордашлыкны (бергә текст төзибез) атарга була.

Аудиториянең редакция эшчәнлегә хакындагы фикерен белдерергә тулы хакы бар. Хат аша яки шалтыратып үз фикерен әйткән укучылар булуы үзгә зур уңыш. Битарафлык күрсәтмиләр икән, димәк аларга барыбер түгел.

“Ватаным Татарстан” газетасы редакциясенә укучыларыннан бик күп хатлар килә. Хатлар өчен атна саен көндәлек чыгып баручы тулыформатлы газетаның бер бите бүленеп бирелә. Шулай ук газетада махсус укучы хатларына багышланган “Һич онытасым юк...”

дигән сәхифә чыга. Әлеге сәхифәдә укучыларның тормышларында булган кызыклы, гыйбрәтле хәлләрне сурәтләгән язмалар яктыртыла.

Газетадан аермалы буларак, журналдагы мәгълүмат визуаль кабул ителә. Бу очракта фотосурәتلәр, рәсемнәр генә түгел, хәтта төсләр һәм шрифт та роль уйный. Көндәлек газеталарда мәкаләне бизәчәк рәсемне интернеттан алып бирергә дә мөмкиннәр, ләкин журналдагы мәкалә өчен фотограф махсус фотосурәт төшерми калмый. Бик сирәк очракта гына искәrmәләр булырга мөмкин. Журналның дизайнерлары – визуаль журналистлар ул. Алар матурлык тудыру белән дә, үз идеяләрен халыкка житкерү белән дә шөгыйльләнмиләр. Дизайнер, аудиториянең яшен истә тотып, журналистның әсәрен тулысы белән ачып бирә алырдай бизәлеш тәкъдим итәргә тиеш. Бүгенге көндә журналистикага килеп кергән күп кенә яңа формалар дизайнга бәйле. Мәсәлән, “Сөембикә” журналында соңгы вакытларда “Контактта” сәхифәсе популярлашып китте. Дизайны ягыннан әлеге сәхифәнең бизәлеше Vk.com сайты хәтерләтә. Сайттагы шәхси сәхифәләрдәге сыман биредә дә герой турында кыскача белешмә бирелә. Анда аның тулы исеме, туган көне, белеме, гаиләсе, карьерасы һәм тормышка карашы турында мәгълүмат урын алган. Алга таба герой үзенә кагылган ике вакыйга турында сөйли. Аларның берсе “Сөендерде”, икенчесе “Көендерде” дигән исем астында чыга. Чираттагы ике язма Татарстанда булып узган һәм геройга ниндидә булса катнашы булган вакыйга турында. Алар шулай ук “Сөендерде” һәм “Көендерде” дигән баш исем астында урын алалар. Өченче баганада дөнья күләмендә булган һәм геройга тәәсир иткән ике вакыйга яктыртыла. Кыска гына алты вакыйганы үз эченә алган әлеге сәхифәне яңалык житкерүнең үтемле алымы итеп кабул итәргә мөмкин. Шул рәвешле аудитория танылган кеше турында мәгълүмат та ала, яңалыклар белән дә таныша һәм геройның әлеге вакыйгаларга булган карашын да белә ала.

2017нче елның февраль ае санында чыккан журналда “Контактта” сәхифәсенең герое “Ватаным Татарстан” газетасы журналисты Гөлгенә Шиһапова. “Татулыкка ни житә дә бит?! дигән бәшисем астында чыккан язмасында ул болай дип яза:

“Борчуларым да Канада белән бәйле. Әле яңа гына, намаз вакытында кереп, Квебек шәһәре мәчетендә алты мөселманны атып үтергәннәр иде. Бер сәбәпсезгә! Инде шул мәрхүмнәрнең өчесен үткәргән көндә тагын күңелсезлек. Бу юлы Монреаль шәһәре мәчетенә вандаллар һөҗүм иткән: тәрәзәсен ватканнар, диварларына йомырка белән бәргәннәр. Шөкер, монысында беркем дә зыян күрмәгән. Берничә көн элек кенә исә мәчет стеналарына төрле язулар язып калдырган булганнар. Мөселман дөнъясына соңгы вакытта булган һөҗүмнәр куркыта, шикләндерә, шомландыра...”[3].

Әлеге хәбәр укучының игътибарыннан, әлбәттә, читтә калмаячак, чөнки сәхифәнең дизайны аудиториянең игътибарын жәлеп итәрдәй итеп эшләнгән.

Әлеге алымны “Сөембикә” журналы гына кулланмый. Балалар өчен чыгучы “Сабантуй” журналы да түгел шуңа охшаш алымны куллана башлады. “Instagram: бер мизгел” сәхифәсе балалар өчен бик кызыклы формада эшләнгән. Исеменнән үк аңлашылганча, әлеге сәхифәдә инстаграм социаль челтәрендә урнашкан фотоларны тәкъдим итәләр. Мәсәлән, 2017нче елның март санында танылган жырчыларның, артистларның, сәясәтчеләрнең инстаграм челтәренә урнаштырган балаларының фотолары һәм әлеге фотога шәрехнамә бирелгән. Киләчәктә әлеге сәхифәдә “Сабантуй” журналын укучы балаларның фотоларын урнаштырырга ниятлиләр. Моның өчен фотоларны интернетка урнаштырганда #сабантуйжурналы хештегын куерга онытмаска гына кирәк [4].

Әлеге сәхифә шул рәвешле яңалык житкерүне күздә тотта. Укучылар отышлы дизайн һәм кызыклы алым ярдәмендә яңалыклар белән таныша ала.

Мәктәпкәчә яшьтәге балалар өчен чыгуучы “Салават күпере” журналы да балалар аудиториясенә игътибарын жәлеп итү юлларын тапкан. Бу журналның дизайны да социаль челтәр сыман эшләнгән. Мәсәлән, кайбер язмалар Facebook социаль челтәре формасында чыккан. Язмада роза чәчәге ясарга өйрәткәннәр. Әлеге мастер-классның видеосын “Салават күпере”нең Facebook челтәрендәгә сәхифәсендә карарга мөмкин икәнлегә искәртелгән. Алдагы бүлектә Юрий Гагарин турында язма урнаштырылган. Ул “Мой мир” социаль челтәре формасында бирелгән.

Билгеле булганча, журнал хәзер уен форматында чыгарыла. Анда төрле биремнәр, уеннар, сораулар урын ала. Соңгы вакытта журналда “3D китапчык” дигән сәхифә барлыкка килде. Аның асылында табышмаклардан торган китап төзү ята. Әмма журналистлар аны балалар өчен кызыклы формада тәкъдим итәләр. Аудиториянең яшь үзенчәлеген истә тотып ачылган әлеге сәхифә журналның һәр санында чыгып барачак. Сан саен китапчыкның бер бите биреләчәк. Укучылар рәсемнәрне кисеп, китап жыйлар. Нәтижәдә рәсемнәре кабарып торган табышмаклар китабы килеп чыгарга тиеш.

“Салават күперенең” тагын бер матур табышы булып татар, рус һәм инглиз телләрендәгә кайбер гыйбарәләрне сүзлек формасында биреп бару да тора. Шулай ук журнал битләрендә балаларга чит телләр өйрәтү буенча да кызыклы алымнар кулланыла. Журналда язучыларның әсәрләре дә өч телдә бирелә. Бу аудиториянең кызыксынуларын һәм заман таләбен истә тотып башкарыла. Татар балалары журналының әлеге формага күчүен нәни буынның киләчәген кайгырту дип аңларга кирәк.

Гомумән балалар тематикасы бик актуаль, аудиторияне жәлеп итәрдәй тема. Шул нисбәттән, күп кенә журнал – газеталар, балалар өчен сәхифәләр булдыра. Бу сәхифәләр балаларда гына түгел,

өлкәннәрдә дә кызыксыну уята. Мәсәлән, “Гаилә һәм мәктәп” журналындагы сәхифәне карап үтик.

“Гаилә һәм мәктәп” – нәкъ балалы гаиләләргә ориентлашкан журнал. Аның балалар өчен булган сәхифәсе “Уен бүлмәсе” дип атала. Төзелеше ягыннан башка журналлардагы сәхифәләрдән аерылмый диярлек. Ләкин монда бер сер бар: “сәхифә эчендә сәхифә”, ягъни укучы шушы сәхифәдә нинди дә булса биремнәрне үтәр яисә катнашыр өчен алдагы саннар белән дә таныш булуы мөһим, ә катнашканнан соң, нәтижәләрне белергә теләсә, киләсе санны кулына алырга тиеш була. Чөнки алдагы уен-бәйгеләрнең нәтижәсе сәхифә ахырында бирелгән. Шулай ук, монда балалар аудиториясе белән эшләүнең тагын бер төре бар: хатлар язу өчен электрон адрес та күрсәтелгән.

“Мәгариф” журналы да бик кызыклы һәм файдалы формат уйлап тапкан. Бу журнал көндәлек формасында эшләнелгән. Кирәкле мәгълүматны, кызыксындырган тематиканы тиз арада һәм бик җайлы табарга мөмкин.

Гомумән, кайсы гына журналны алсак та, кызыклы форматларга юлыгасың. Бу исә татар журналистикасында эзләнүләр бара, яңа алымнар кулланыла, матбугат яшәргә, яңа сулыш алырга тырыша дигән сүз.

Соңгы еллар эчендә радиожурналистика сизелерлек үзгәрешләр кичерде. Хәзер эфирга чыккан тапшыруларның форматы һәм функциональ – эчтәлегә шактый аерыла. Бик күп автор программалары барлыкка килү – шулай ук игътибарга лаек яңалык.

Радиостанцияләр арасында конкуренциянең артуы нәтижәсендә радио алып баручысының эш процессына да яңача караш формалашты. Бу үз чиратында эш барышына карата яңа ижади методлар уйлап табуга, төрле яңа алымнар кулланып эшли башлауга китерде. Шул рәвешле радиопублицистика заманча радиостанцияләр өчен кирәк булмый башлады һәм тиз арада юкка да чыкты.

“FM-станцияләргә ди-джейлар заманы аяк басты. Аларның төп вазыйфасы – тыңлаучыларның кәефен күтәрү, төрле алымнар белән жәлеп итү булып тора. Әлеге төр алымнарга бик күп чаралар карый. Мәсәлән, дәртле музыка, өр-яңа хитлар, ди-джейның тавышы, эфир барышында импровизация куллану, тапшырудан шоу ясау, телефон аша тыңлаучылар белән уйнау, төрле шаярулар һәм мазәкләр, танылган кешеләрне эфирга чакыру. Шушы һәм башка кызыклы алымнар ди-джейның фантазиясенә, зирәклегенә, сәләтенә бәйлә һәм, һичшиксез, аның имиджының төп элементларының берсе булып хезмәт итә” [5].

Һәр ди-джейның башкалардан аерып торучы үзенә генә хас яклары да булу зарур. Ул тавыш тембры яки үзенә тавышы белән төрлечә уйный белү үзенчәлеге дә булырга мөмкин. Музыканы тирәнтен белүе, тыңлаучы көтмәгәндә уйламаганда гына әйтәлеп куела торган шаяртулар – болар барысы да һәр ди-джейның асыл сыйфатлары арасында булырга тиешле кайбер үзенчәлекләр. Санап үтелгән әлеге һәм башка алымнар, әлбәттә, радионың стилиенә туры килергә һәм житәкче белән киңәшләшәп башкарылырга тиеш.

Милли радиожурналистикабыз да әлеге үзгәрешләрдән читтә калмады. Бүгенге көндә кайсы гына радиостанцияне алма, анда заман сулышын тоярга мөмкин.

Үз аудиториясе белән диалог булдыру бүгенге көндә татар радио ди-джейлары өчен дә беренче урында тора. Тыңлаучының кәефен тудыру – бүгенге көндә һәр татар радиосы шушы принцип буенча эш алып бара дисәк дә, ялгыш булмас. Пульт артында утыручы радио ди-джейның иң төп бурычы булып тыңлаучының кәефен тонуста тоту тора. Күңелле жырлар, кызыклы мәгълүматлар, төрле формадагы уен-ярышлар, файдалы әңгәмәләр – болар һәммәсе аудиториянең игътибарын жәлеп итү чаралары булып хезмәт итә. Әлбәттә әлеге чаралар ярдәмендә тыңлаучыларның кәефе белән дә идарә итү күздә тотыла.

Тыңлаучыны жәлеп итүнең үтемле юлы – аның белән жанлы әңгәмә алып бару. Радио ди-джейлар эфир вакытында тоташ текст укып утырса, аны, әлбәттә, яратып тыңламаячаклар. Тыңлаучыларга ихлас сүзләр, жанлы әңгәмәләр кадерле. Шунуны истә тотып, бүгенге көндә күп кенә радио алып баручыларны үз тыңлаучылары белән күзгә – күз карап сөйләшеп утырган кебек аралаша. Ягъни алдан әзерләгән, инде ятлап куелган текст укып утырмыйлар, ә гадәти сөйләшү алып баралар. Бу шулай ук бүгенге көндә ди-джейлар арасында аудитория белән эшләнүнең иң мөһим алымы булып хезмәт итә. Шундый рәвештә әңгәмәләр алып барганда ди-джей ялгышса яки берәр сүзне дөрәс әйтмәсә, бу колакка каты бәрелми. Ул аны жайлыгына дөрәсләп, шаяруга борып жибәрергә мөмкин. Барысы да аның тәжрибәсеннән һәм мондый ситуацияләрдән жиңел генә чыга белүеннән тора. Ә ди-джей тоташ текст укып утырганда сүзне ялгыш укыса, әлбәттә, бу тыңлаучыларга бик яхшы аңлашылачак. Эфирда жанлы әңгәмә алып баруның плюслары да күп шул.

Шулай ук күп кенә радиотапшырулар аудиториягә файдалы мәгълүмат таратырга, кирәкле сорауларга җавап табарга ярдәм итә. Турындан-туры эфирда барган тапшыруларга төрле өлкәдәге белгечләрне чакырып, радио алып баручылары аудитория өчен берникадәр дәрәжәдә үзләрен кызыксындырган сорауларга җаваплар ишетү мөмкинлегенә дә булдыра. Бу алым, һичшиксез, аудиторияне битараф калдыра алмый. Шул рәвешле тыңлаучылар да тапшыру ясауда катнаша, тапшыруга үзләренең өлешләрен кертә.

Соңгы елларда күп кенә татар радиолары үз аудиториясенә тагын да якынайды дип әйтергә була. Бүгенге көндә радио тыңлаучылар өчен кызыклы бәйгеләр, төрле күңел ачу чаралары, берсеннән – берсе мавыктыргыч бәйрәм концертлары оештырыла. Радио алып баручылар, үзләренең пульта артындагы вазыйфаларыннан тыш та, аудиторияне жәлеп итүнең менә шундый төрләренә мөрәжәгать итәләр.

Хәзерге вакытта халык арасында аеруча популяр булган татар радиостанцияләре дип “Болгар радиосы” белән “Татар радиосы”н атарга мөмкин. Аларның һәрберсенен үз стиле, алыштыргысыз алып баручылары, төрледән – төрле кызыклы тапшырулары һәм үз аудиторияләре бар.

Радиоларда һәркемнең күңеленә хуш килердәй яңадан – яңа тапшырулар эфирга чыга. Яңа тапшыруларның барлыкка килүе кызыклы форматлар, яңа алымнар уйлап табуга да этәргеч булып тора. Татар радиоларында бүген әңгәмә, бәхәс, ток-шоу форматында эфирга чыгучы берсеннән – берсе кызыклы тапшыруларны тыңларга мөмкин. Уен, ярыш форматындагы радиотапшырулар шулай ук тыңлаучылар арасында хәзерге көндә бик популяр.

“Болгар радиосы”нында баручы иң файдалы һәм кызыклы тапшыру – “Нокта”. Тапшыруның төп юнәлеше – халыкка юридик ярдәм күрсәтү. “Нокта” тапшыруының юридик ярдәм буенча баш консультанты РФ Юристлар ассоциациясенен ТР бүлеге житәкчесе – Илназ Гыйрфанов. Ток-шоунун авторы һәм алып баручысы – Гөлназ Фәйзрахманова. Тапшыру атнага бер тапкыр чәршәмбе кичке сәгатъ унда эфирга чыга. Бәхәскә бай ток-шоу геройлары – юристлар, адвокатлар, нотариус, судья, прокурор һәм башка һөнәр ияләре. Гөлназ Фәйзрахманова чакырылган кунак белән тормышта иң еш очрый торган бәхәсле мәсьәләләр хакында фикер алыша, иң четерекле сорауларга җаваплар эзли. Тапшыру барышында тыңлаучылар студиягә шалтыратып яки смс-хәбәр җибәреп, үзләрен кызыксындырган сорауларга җаваплар ишетә, шулай ук моңа кадәр ачыклап бетерә алмаган кыен хәлләрдән чыгу юлларын таба ала.

Тыңлаучылар арасында “Нокта” тапшыруы бик популяр. Моның сәбәбен ток - шоунун тормышчан булуы белән бәйләп аңлатырга була. Шулай ук алып баручының иң кирәкле һөнәр ияләрен сайлап алып, студиягә чакыруы да зур роль уйный. Гөлназ Фәйзрахманова һәр тапшыруга ныклап әзерләнә, бу кунакка

бирелгән сорауларда да, журналистның һәр күтәрелгән проблемага үз фикере булуында да чагылыш таба. Моңа өстәп, “Нокта” тапшыруына килгән кунакларның татар телен камил белүен дә әйтеп үтәргә кирәк. Күтәрелгән темаларга зур әзерлек белән килүләре, радио тыңлаучыларның сорауларына житди килеп, тәфсилләп аңлатып җавап бирүләре игътибарга лаек. Алда санап үтелгән нәкъ менә шушы сыйфатлар өчен дә “Нокта” тапшыруы кыска гына вакыт эчендә үз аудиториясен булдырды.

“Болгар радиосы”ның игътибарга лаек тапшырулары рәтендә “Хак дин” дигәне дә бар. Исеменнән үк аңлашылганча, тапшыру Ислам диненә багышлана. Тапшыру имамнарның вәгазьләрен, радио тыңлаучыларның сорауларына җавапларны, мәчетләр тарихын, ислам мәдәнияте, шәригать кануннары һәм башка темаларны колачлый. Тапшыруны алып баручы – Фаил Гыймадов. Тапшыру шулай ук атнага бер тапкыр пәнжешәмбе көнне кичке сәгать унда эфирга чыга.

Радиостанцияләр төрле веб-берләшмәләр төзиләр, һәм анда аудиоматериалдан тыш фото, видео, кызыклы текстлар, сылтамалар урнаштыралар. Мәсәлән, ВКонтакте социаль төркемдә бүгенге көндә 25 573 дус төркәлгән.

Мультимедиа мөмкинлекләре булган социаль челтәрләр радиостанцияләргә үзләрен күрсәтергә һәм аудиторияне җәлеп итү өчен яңа инструментлар бирә. “Татар радиосы”ның, Instagram аккаунты күп очракта анонс ясау һәм бренд өчен кулланыла. “ВКонтакте”дагы төркемнәре дә эшли. Моннан тыш, радионың YouTube видеохостингында үз каналлары бар.

Бүгенге көн милли журналистикасында форма төшенчәсе чынлап та зур роль уйный. Һәркемнең кул астында интернет булган заманда газета-журналларга мөхәббәт кимемәсен өчен каләм ияләренә шактый тырышырга туры килә.

Бүгенге татар вакытлы матбугатын заманадан артта калган, традицион формаларда гына иҗат ителә дисәк, зур хата булчак.

Чөнки газета-журналларда яңа форматлар житәрлек. Эмма монның белән генә канәгать калу да дәрәс булмайчак. Милли матбугаттагы яңа формалар, фарматлар, алымнар чагыштырмача аз.

Бүгенге көндә рус матбугатында “инфотейнмент” алымы яратып кулланыла. Аның асылында яңалыкны уйнату күздә тотыла. Фото, фактлар белән бәйләп, укучының игътибарын жәлеп итәләр, укучы булмаганны бар дип уйларга мәжбүр була. Ә асылда гап-гади яңалык икәнә ачыклана.

Рус вакытлы матбугатында кулланыла торган тагын бер яңа форма “фишинг” дип атала. Ул үз чиратында вакыйганы логик финишка якынайтуны күз уңында тотта. Фишинг формасында басылган әсәр ике өлештән тора. Аның берсендә күтәрелгән проблеманың кимчелекле яклары бәян ителә. Икенче өлешендә проблеманың уңай якларын күрсәтергә омтылалар.

Әлеге төр яңа форматлар татар матбугатында бик аз. Кызганычка, милли газеталарда яңалыкны традицион формада бирүне дәвам итәләр. Ә бит тоташ текст булып барган яңалыкларны тормыш артыннан укучы халык уку торуны кирәк санамаска да мөмкин. Шунның өчен аның игътибарып жәлеп итәрдәй формалар булдыру бик мөһим бүгенге көндә. Өстәвенә, традицион формада тәкъдим ителгән яңалыклар кызыксыз була. Рәсми басмаларда бу бигрәк тә нык күзгә ташлана. Бу уңайдан милли матбугатны алга жибәрү өчен тырышырга кирәк әле.

Әдәбият:

1. Гарифуллин В.З. Язар сүзең булса...Казан, 2000.
2. Прохоров Е.П. Исследуя журналистику. М., 2006.
3. Шиһапова Г. Контактта // Сөембикә. 2017 № 2. Б. 47.
4. Instagram: бер мизгел// Сабантуй. 2017. № 5. Б. 6.
5. Пятифан. Информационные и аналитические жанры радиожурналистики. URL: <http://5fan.ru/wievjob.php?id=56257> (дата обращения: 10.03. 2018).

Р.Р. Садретдинов

магистр журналистики

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

©Р.Р. Садретдинов

СӨЙЛӘМ КУЛЬТУРАСЫН САКЛАУДА ДИКТОРНЫҢ РОЛЕ

В статье анализируются роль диктора в формировании культуры речи, проблемы уровня культуры и техники речи в современном социуме, объясняются причинно-следственные связи проблемы и предлагаются дополнительные способы формирования и развития культуры и техники речи на примере опыта работы дикторов радио «Татарстан».

Ключевые слова: радио, речь, диктор, голос, тембр, интонация.

The article analyzes the role of the speaker in the formation of a culture of speech. The problem of the level of culture and technology of speech in modern society, explains the causal relationships of the problem and suggests additional ways of forming and developing culture and technology of speech on the example of the experience of announcers of radio "Tatarstan".

Key words: radio, speech, announcer, voice, timbre, intonation.

Татарстан Республикасы буенча Роскомнадзор идарәсеннән алынган соңгы статистик мәгълүматларга караганда, бүген республикабызда 99 радиоканал һәм 7 радиопрограмма эшли. Тик диктор дигән төшенчә шуларның бары берсендә – Татарстан радиосында гына сакланып калган.

Татар теленең аңлатмалы сүзлегендә диктор сүзенә түбәндәге аңлатма бирелә: “Диктор – радио яки телевидение аркылы тапшырулар текстын микрофон алдында укучы” [1, б. 302]. Замана һәм техника үсеше алга барган саен, дикторлар белән бәйле башка

Һөнәрләр дә үскән. Әйттик, спорт ярышларында диктор тамашачыларга спортсменнарның нәтижәләрен, спортның уен төрләрендә – голлар авторларын, уенчыларның алмашу һәм трибунадан чыгуларын игълан итә. Диктор шулай ук вокзалларда һәм аэропортларда пассажирлар өчен транспортның китү һәм килү вакыты турында мәгълүмат житкерә. Ишетү сәләте белән проблемалары булган тыңлаучыларга мәгълүмат житкерү өчен сурд тәржемәсе дикторлары бар.

Телевидение һәм радиода диктор студиядәге һәм студиядән тыш барлык төр һәм жанр тапшыруларын алып бара, башкаруда актерлык осталыгы һәм махсус белемнәр таләп ителмәгән тапшыруларда алып баручы буларак чыгыш ясый, язмада яки турыдан-туры эфирда бара торган тапшыруларның текстларын сәнгатьле итеп укый. Бүген радиода һәм телевидениедә әлеге вазыйфаларны башкаручы кешеләрне алып баручылар яки ди-джейлар дип атыйлар. Мәгълүм булганча, элек радио һәм телевидение дикторларын махсус конкурс үткәреп, илэк аша гына сайлап ала торган булалар. Дикторларны радио сәнгәтен ачучылар, нигезләүчеләр дип атыйлар. Икенче төрле әйткәндә алар радионың визит карточкасы. “Бу профессия радио белән бергә туды, аның белән бергә камилләште һәм үсте. Массакүләм профессия булмаганлыктан, уку йортлары дикторлар әзерләмәде. Төп бер генә юл – буыннан-буынга ветеран дикторларның тәҗрибәсен өйрәнү һәм камилләштерү юлы гына булды” [2, б. 147].

Радиода дикторга укырга туры килә торган материаллар күп төрле: болар – информацияләр, публицистик мәкаләләр, галимнәрнең лекцияләре, әңгәмәләр, газета мәкаләләре, проза, шигырьләр һ.б. Дикторга һәртөрле эчтәлекле, төрле авырлыктар очрый торган материалларга тиз һәм дәрәс төшенергә, таныш булмаган сүzlәр, атамаларны дәрәс әйтә белергә, чит ил терминнарын үзләштерергә кирәк. Диктордан шулай ук бер материалдан икенчесенә бик тиз күчә

белү осталыгы да таләп ителә. Аның тавышы жиңел, сыгылмалы, хәрәкәтчән булырга тиеш. Бу сыйфатлар аңа сөйләмдә булган көйле борылышлар һәм тембр байлыгыннан оста файдалану мөмкинлеге бирә. Диктор тавышының тагын бер үзенчәлеге – аның киң диапазонлы булуында. Тавышның бөтен көчкә яңгырый алуы, диапазонның киңлеге, кирәк чакта тавышның югары, түбән һәм урта регистрларда эшли алуы интонацияне төрләндерү, тавыш палитрасын баету мөмкинлеген бирә. Әлбәттә, диктор сөйләменен иң мөһим сыйфатларыннан берсе – яхшы дикция һәм төгәл артикуляция [3, б. 241]. Дикция – сөйләгәндә яки жырлаганда сүзләрнең, ижекләрнең һәм аерым авазларның ачык әйтелеш дәрәжәсе, әйтелеш төгәллеген [1, б. 302].

1982–1993 нче елларда Татарстан радиосы дикторы, программалар һәм тапшыруларны эфирга чыгару бүлеге мөдире булып эшләгән Данил Ибраһимов мондый фикердә: “Дикторлык профессиясен сайлаган кешегә элек-электән зур таләпләр куелган. Ул автор белән тамашачы арасында арадашчы ролен үти, шуңа күрә аңа ягымлы, матур, чиста, көр тавышка (тавыш психологиядә күзләр кебек күп нәрсә хақында сөйли), югары культурага ия булырга тиеш. Аңа орфоэпия, интонация, сөйләм законнары (психологик һәм логик пауза, логик басым һәм логик перспектива, гади һәм катлаулы жөмлөләрне уку кагыйдәләрен һ.б.) камил белү, заманның сәяси, икътисади, жәмгыяви проблемаларын тирән төшенгән, әдәбият, сәнгать, музыка өлкәләрендә хәбәрдар булу зарур” [2, б. 148].

Иң мөһиме һәм дикторның төп үзенчәлеге – диктор әдәби тел һәм дәрәс сөйләм эталоны булып тора. Шуңа элек-электән дикторларны тел сакчысы итеп кабул иткәннәр, шуңа күрә аңа татар теленен иң яхшы сыйфатларын саклау һәм үстерү бурычы да йөкләнә. Диктор әдәби телнең матурлыгын, аһаңен радио аша тыңлаучыларга ирештереп туган телгә мәхәббәт тәрбияли. Безнең тыңлаучылар радио-телевидение сөйләменә бигрәк тә сизгер. Теге яки бу алып баручы сөйләм кагыйдәләрен бозып, чит тел сүзләрен кушып

сөйләшсә, аны кабул итеп бетермиләр. Ләкин бүгенге вәзгыятьтә киресен дә күзәтәбез. Радио-телевидение сөйләме үзенәң ярлы булуы белән аерылып тора. Мәгълүм булганча, кешеләр тормышында әле бүген дә радио-телевидение зур урын алып тора. Статистикага караганда кешеләр күбрәк телевидение карыйлар, ә радио популярлык буенча икенче урында тора. [4] Һәр көнне телевизор караучылар күләме 74 %, ә һәр көнне радио тыңлаучылар – 64 % ка тиң. Бу очракта тыңлаучы алып баручының укуына карап, үзенәң сөйләм телен барлау, аны камилләштерү юлында аны бары тик бога гына килеп чыга.

“Бүгенге татарча информация (мәгълүмат) чаралары телләре мәсьәләсендә саннан сыйфатка күчү чорын кичерә, ягъни алардагы тел ялгышлары шулкадәр күп, туган телне тупас бозып куллану күренеше шул дәрәжәдә киң таралган: газета-журналлар һәм радио-телевидение тапшырулары теленәң сыйфатын уңай бәяләү мөмкинлегенә көннән-көн югала бара” [5, б. 3].

Сөйләм культурасы – бер генә кешенәң түгел, жәмгыять культурасы күрсәткече дә. Гаммәви мәгълүмат чараларында сөйләм культурасы – телевизион һәм радиотапшыруларның, аларның публицистик һәм сәнгати тулылылыгын, профессиональ эшләнешен билгели торган характеристикаларның берсе.

Бүген радио һәм телевидениедә теләсә кем эшли ала дип санала. Алып баручыларга һәм ди-джейларга да алда санап киткән таләпләр куелмый. Шуңа күрә аларның сөйләме, радио эфирында үз-үзләрен тотышы матбугатта һәрвакыт тәнкыйть итеп киленә. Радио-телевидение тапшыруларында телебезнең табигый үзенчәлекләрен, кагыйдә-нормаларын, ягъни телнең хасиятен бозуга китерә торган тупас ялгышлар елдан-ел, көннән-көн арта бара. Бу күренеш бигрәк тә узган гасырның 90 нчы елларынан алып көчәя килә. Әлегә язмаларның авторлары элеккеге радионы, дикторларның ягымлы

тавышларын, һәр сүзне тәмләп һәм жайлап әйтүләрен, телебез нормаларын сакларга тырышуларын искә алалар.

1927 елның 7 нче ноябрәндә: “Тыңлагыз, Казан сөйли! РВ-17 радиостанциясе эшли. Дулкынның озынлыгы 437,3 метр”, – дигән тарихи сүзләр беренче тапкыр эфирда яңгырый. Өнә шул көннән алып татар һәм рус телләрендә тапшырулар алып барган 50 дән артык дикторның исеме мәгълүм. Татарча тапшырулар алып баручы дикторлар: Гадел Кутуй, Кәшифә Тумашева, Зәйнәп Латыпова, Рашат Садриев, Мәрзия Камалова, Шәриф Рахманкулов, Өнвәр Мортазин, Маһинур Хәбибуллина, Зәйнәп Хәйруллина, Камал Саттарова, Фатих Кульбарисов, Айрат Арсланов, Әминә Сафиуллина, Эльс Гаделев, Вәис Саматов, Рим Кәримов, Мәрһям Арсланова, Фоат Галимуллин, Рөстәм Гәрәев, Фәйрүзә Исхакова (Мәсгутъ), Данил Ибраһимов, Инсаф Абдулла, Камил Бикмөхәммәтов, Тәлгать Хаматшин, Миләүшә Насыбуллина.

Русча тапшырулар алып барган дикторлар: Алексей Смышляев, Рәйсә Волкова, Лидия Рәхмәтуллина, Александра Караванова, Николай Прокофьев, Наил Иртуганов, Геннадий Гурфинкель, Ильяс Латыпов, Нина Черкашина, Итфал Ихсанов, Анна Пугачева, Мира Савельева, Валентина Панова, Юлия Саламатина, Евгений Гусинский, Галина Зименкова, Таисия Калугина, Леонид Лелькин, Гавриков, Владимир Рябов, Владимир Елисеев, Владимир Берселев, Валерий Нәжметдинов, Виктор Попов, Владимир Елизаров, Фирдәвес Ганиева, Николай Игнашев, Наталья Гуляева.

Матбугатта радио-телевидение алып баручыларына карата мөнәсәбәтләрен белдереп барган укучылар бигрәк тә бу исемлектән дикторлар Камал Саттарованы, Айрат Арслановны, Эльс Гаделевны, Фоат Галимуллинны [6], Фирдәвес Ганиеваны [7] еш телгә алалар.

Радио һәм телевидение теле табигый сөйләмгә якын һәм куәтле мәгълүмат чаралары булганга катгый таләпләр куелырга тиеш. Радио

Һәм телевидение тапшыруларын алып баручылар, сөйләгәндә телнең чын татарча төзелешен (лексик, грамматик һәм стилистик нормаларын) саклап кына калмыйча, сөйләмнең табигый интонациясенә, сүзләрнең, авазларның дәрәс әйтелешенә дә ирешергә тиеш. Шуннысы мөһим: радио һәм телевидение теле һәръяктан үрнәк булырга тиеш, чөнки ул шулай булганда әдәби телне үзләштерергә ярдәм итә. Сер түгел: бүгенге көндә татарча радио һәм телевидение тапшыруларының теле күп очракта дәрәс әдәби сөйләм таләпләренә җавап бирә алмый.

Филология фәннәре докторы, галим, тел белгече Рүзәл Юсупов үзенә “Матбугат һәм эфир теле” дигән хезмәтендә дистәләрчә ел күзәтүләренә нигезләнеп, радиода һәм телевидениедә сөйләм культурасының югала баруының түбәндәге шактый киң таралган очракларын атый.

“Беренчедән, радио һәм телевидение тапшыруларында катнашучыларының күбесе татарча авыр сөйли, кирәксезгә, татар теленә үз сүзләре булганда да, рус алынмаларын куллана” [8, б. 300].

Икенчедән, хәтта күп кенә алып баручылар, ди-джейлар татар теленә үзгә генә хас авазларын бозып әйтәләр. Мондыйлар арасында иң күп бозып сөйләү һ авазына туры килә. Юкса, татар теленә ягымлы, йомшак, сыгылмалы тел икәннен күрсәтүче аваз алфавитта аерым билгә белән күрсәтелгән. Шулай ук язуда э хәрефе белән белдерелә торган хәмзә авазын да бозып әйтәләр. Мәсәлән, тәмин сүзен тәймин, э тәэсирне тәйсир диләр.

Ә менә татар теленә үзгәлекле авазлары калын к,г графикада аерым сурәтләнми. Шуңа күрә хәтта мәктәптә татар телен өйрәнүдә дә күп кенә кыенлыктар туа. Шунлыктан рус мәктәбндә укып, үз телләрен начар белгән татарлар телебезнең үзгәлекле авазлары калын к, г авазларын, русчадагы кебе, нечкәртеп әйтәләр. Бу күренеш күп кенә мишәр татарларына да хас.

Шулай ук безнең татарларда, кайсы төбәктә яшәүләренә карап, кайбер сүзләрдә әдәби тел кагыйдәсе буенча әйтелергә тиешле е (йэ-йы) авазын ж белән алмаштырып, шул ук вакытта кайбер сүзләрдәге әдәби норма булып саналган ж авазы урынына е куллану күренеше бар. Мәсәлән, егермене – жегерме, егетне – жегет, жырлауны – ерлау, жылыны – йылы дип әйтү күренешләре шактый киң таралды.

Казан тирәсендә яшәүче татарларның сөйләменә хас үзенчәлекләренң тагын берсе – кайбер сүзләргә урынсыз –дагын/дәген кушымчасын ялгап әйтү: бардымдагын (бардым да урынына), ашадымдагын (ашадым да урынына), әйттемдәген (әйттем дә урынына).

Тел белгече Рүзәл Юсуповның алда телгә алган хезмәтенә өстәп соңгы вакытта радио ди-джейларының сөйләмендә очрый торган киң таралган тагын бер күренешне атарга кирәк: “ну”, “и” (татарча һәм), “ну и”, “вот”, “короче”, “вообще”, “вапще” кебек паразит сүзләренә, ә кайчак бөтенләй дә тәржемәсез рус сүзләрен куллану. Ямьсез күренешләренң берсе – татар акценты белән сөйләшеп, кешене көлдерергә тырышу. Туган телебезне яклаган һәркемдә бу зур нәфрәт тудыра.

Эфир тапшыруларына хас тел кытыршылыкларыннан тагын алып баручыларның кирәксә-кирәкмәсә, жөмлә саен диярлек инде сүзен кушып сөйләүләрен искәртү зарур.

Эфир теле һичшиксез мөмкин булганча әдәби дәрәс, матур тәэсирле булырга тиеш. Бу уңайдан радио дикторларының һәрвакыт сөйләм культурасы сагында торуларын искә төшереп үтәргә кирәк. Диктор гомер-гомергә иң соңгы һәм баш мөхәррир булды, гәрчә аңа мондый вазыйфа йөкләнмәсә дә. Туган телебезнең сафлыгы, сөйләмнең тәэсирлеге дикторның намус эше иде, чөнки алар иң зур һәм куәтле цензор – тыңлаучының игътибар үзәгендә иделәр. Шуңа күрә дикторлар телне бик яхшы белергә тиеш дип саналды.

Бүген Казанда әллә ничә телевидение һәм радио алып баручылары мәктәпләре эшли. Интернетта төрле махсус курслар бар. Аларда эфирда үзәңне ничек тотарга, тыңлаучылар белән

аралашырга, харизмага өйрэтэләр. Тик аларның берсендә дә телгә, сөйләм культурасына ия булу серләренә төшендермиләр.

Татарстан радиосында эшлэгән дикторларның күбесе махсус филологик белемгә ия булмый. Бүген радиода эшләүче диктор Тэлгать Хаматшин Башкорт дәүләт университетының татар бүлеген тәмамлый. Аның радиога килүе шактый үзенчәлекле. Армиядән соң ул Башкортстанның Бүздәк районы “Алга” дип исемлэнгән район газетасында тәржемәче булып эшли. Ә бу исә туган телне бик тә камил белүне таләп иткән шөгыл. Эшлэгән чагында аның төп принцибы бер генә: тәржемә оригиналдан да яхшырак кабул ителсен. Редакциядә эшлэгән елларында ук Тэлгать Хаматшин үзен жирле радиода да сынап карарга өлгерә. Ә аның бәрхет тавышын Татарстан радиосы тыңлаучылары беренче тапкыр эфир киңлекләреннән 1987 нче елның 6 нчы апрелендә ишетә. Диктор һөнәренен нечкәлекләренә, үз эшенә бик тиз төшенә Тэлгать Хаматшин. Тик бер нәрсәне кабул итеп бетерә алмый: радиода мөхәррир имзалаганнан соң, дикторның текстта хәтта өтергә дә кагылырга хақы булмый. Ә Тэлгать Хаматшин күңеленә ошамаган текстны укырга өйрәнмәгән – йөрәге кушмый. Ул моннан чыгу юлын тиз таба – эфирга чыкканчы мөхәррир белән киңәшлэшә, фикер алыша. Әлеге принципка диктор Тэлгать Хаматшин бүген дә тугърылык саклай. Тапшыруның микрофон папкасын кулына тоттыргач та ул студиягә барырга ашыкмый. Барысын да жентекләп укып чыга, үз төзәтмәләрен кертә. Дөрөс, кайчакта бик ашыккан вакытлар да була. Дикторга үз эшендә алган тәҗрибәсе бу очракта да булышмыйча калмый: ул текстны укыган вакытта ук төзәтеп бара.

Диктор һәрвакыт үзе өстендә, үз белемен арттыру өстендә эшләргә тиеш. Тэлгать Хаматшин киң эрудицияле, белемле диктор. Аның өстәлендә һәрчак татар теленен аңлатмалы, орфографик, орфоэпик, рус телендәге дикторлар өчен басымнар сүзлегә, татар энциклопедиясе тора.

Тыңлаучылар тарафыннан диктор Тэлгать Хаматшинның бәрхет тембрлы күкрәк тавышы бик жылы кабул ителә. Туган телебезнең бар аһаңен житкергәне өчен аңа күпләр рәхмәтле.

Бүген радио эфирына дикторларның кайтуы кирәкме? Дикторлардан алынган интервьюларла әлеге сорауны еш бирәләр. Туган тел сагында торган, тавышлары дәүләтнеке дип танылган кешеләр барысы да бер аваздан аның кирәклеген әйтә.

Дәрес, диктор булу өчен кешенең үз теләге булырга һәм баштан ук нигез салынган булырга тиеш. “Диктор, беренче чиратта, татар телен белергә тиеш. Авазларны дәрес әйтә белсен. Рус аһәңе белән сөйләшә икән, аннан диктор чыгарып булмый. Югары филология белеме, әдәбиятны белүе зарур. Кечкенәдән классикларыбызны укып үскән булуы мөһим. Сөйләмендә тел байлыгы булырга тиеш. Күзаллау киңлеге, тавыш тембры да беренче планда. Сөйләмне тою, халык ярата ала торган тавышка ия булу, тавышының төсә башкаларныкыннан куелыгы белән аерылып торыуы кирәк. Радио тыңлаучыга авыр чакларда күңел күтәренкелеге өстәрлек булуы ләзем. Ә моның өчен сиңең үзеңнең дә күңелең чиста, һәрвакыт күтәренке булырга тиеш!” [9].

Бүгенге вәзгыять, радио-телевидение алып баручыларының теле, алар ясаган хаталар димәк, эфирда кабат дикторларга ихтыяж барлыкка килде дигән сүз.

Әдәбият:

1. Татар теленең аңлатмалы сүзлеге. Өч томда, I том. Казан, 1977.
2. Дарзаманов Ж.Х. Слушайте, говорит Казань! Казань, 1998.
3. Дарзаманов З.Х., Акмалов Н.Р. Казан сөйли! (Говорит Казань!). Казань, 2008.
4. Электронный ресурс.
URL://<https://www.openbusiness.ru/biz/business/obzor-rynka-sredstv-massovoy-informatsii-smi/> (дата обращения: 25.01.2018).
5. Юсупов Р.А. Матбугат һәм эфир теле. Казан, 2017.

6. “Шәһри Казан” газетасы сайты.
URL://<http://shahrikazan.ru/news/m%D3%99d%D3%99niyat/foat-galimullin-kazanga-kyir-kazyi-alyip-kilde> (дата обращения: 25.01.2018)
7. “Ягымлы тавышы – күңелләребездә” // Ватаным Татарстан. 10 февраля 2018 года.
8. Юсупов Р.А. Матбугат һәм эфир теле. Казан, 2017.
9. “Интертат” электрон газетасы сайты. URL:
<http://intertat.tatar/madaniyat/t-igat-khamatshin-diktor-vazifasy-tatarstan-radiosynda-gyna-kaldy/> (дата обращения: 25.01.2018).

УДК 007

Д.Н. Сафаров,

главный редактор портала «Матбугат.ру»

г. Казань, Россия

©Д.Н. Сафаров

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ ТАТАРОЯЗЫЧНОГО КОНТЕНТА

В статье рассматриваются особенности развития социальных сетей в Республике Татарстан. Автор анализирует татароязычный контент и дает прогнозы развития социальных национальных сетей.

Ключевые слова: социальные сети, национальные медиа, национальный контент, прогноз, сетевые медиа.

The article considers the features of social networks development in the Republic of Tatarstan. The author analyzes the Tatar-language content and forecasts the development of national social networks.

Key words: social networks, national media, national content, forecast, network media.

В последние несколько лет наблюдается активное развитие социальных сетей. Рост идет и по количеству, и по качеству, и по разнообразию. Если раньше мы говорили, что социальные сети

конкурируют с традиционными СМИ, то сейчас соцсети сами определяют тренды и вносят свои законы в информационное поле.

Соцсети конкурируют между собой. Введение даже одного функционала может резко изменить картину информационного поля. Например, появившийся в 2015 году ресурс «Перископ» создал большой резонанс. Только за 4 месяца в нем зарегистрировались 10 миллионов пользователей. Но после того как в других социальных сетях появилась возможность выйти в прямой эфир, «Перископ» резко потерял популярность.

Говоря о тенденциях, следует отметить несколько моментов:

1. Качество аудитории

В последнее время аудитория социальных сетей становится все более универсальной. Исчезают стереотипы о том, что во «ВКонтакте» сидят дети и подростки, в «Фейсбуке» – умная аудитория, а «Инстаграм» – только для гламурных девиц и любителей фотографировать еду. В связи с тем, что активно вошли в обиход смартфоны, в социальные сети пришла волна представителей старшего поколения. Сейчас даже бабушки в «Инстаграме» ставят друг другу лайки и поздравляют с праздником по «Ватсапу». Все это приводит к росту интернет-трафика, особенно мобильного, и расширению аудитории.

2. Тематика и содержание

За последние годы оформилось окончательно деление блогов и пабликов в соцсетях на тематические сегменты. Появились пишущие о путешествиях трэвел-блогеры, пишущие о красоте бьюти-блогеры, о еде – фуд-блогеры. В татароязычном сегменте соцсетей такого деления практически нет. На сегодняшний день можно назвать лишь некоторые группы. Это шоу-бизнес, юмор, национальная тематика, литература и искусство. Если бы писатель-путешественник Миргазиян ага Юныс дожил до наших дней, он мог бы стать отличным трэвел-блогером. Прогнозируется, что в будущем

количество контента перейдет в качество и будет наблюдаться деление на тематические сегменты.

3. «Татар-малай» и «татар кызлар»

Что касается татароязычных пользователей, то в соцсетях наблюдается такая картина. Самая большая татарская группа в «ВКонтакте» насчитывает 270 тыс. человек. Немало групп с количеством подписчиков до 100 тыс. или от 100 тыс. человек. Большое количество групп с аудиторией в 20-30 тысяч. По тематике в основном это юмор и тема шоу-бизнеса.

В «Инстаграме» также лидеры – татарские певцы. У Элвина Грея – 220 тыс. подписчиков, у Гузель Уразовой – 182 тыс., у Фирдуса Тямаева – 134 тысячи.

Есть успешные татарские блогеры, которые стали популярны не благодаря шоу-бизнесу. Например, у Ильназа Габидуллина, ведущего аккаунт «Кызык-мызык», 100 тыс. подписчиков, у пишущего под именем Булат Bravo Булата Абдрахманова – 76 тыс., «Татар-малая» (Рината Галиахметова) читают 65 тыс. подписчиков.

Сегодня ньюсмейкеры сами стали своего рода издателями. Если раньше певцы просили СМИ что-то написать о них, то сейчас, наоборот, средства массовой информации отслеживают «Инстаграм» певца, ссылаются на него и, тем самым, соревнуются между собой. Можно сказать, ситуация повернулась на 180 градусов.

4. Традиционные СМИ и соцсети

Не секрет, что сайты газет и журналов, электронные СМИ используют соцсети для трафика. Иногда некоторые технические нововведения вносят кардинальные изменения в это сотрудничество. Например, до сих пор было технически сложно получить на сайт трафик мессенджера «Инстаграм». Сейчас предусмотрена возможность размещения гиперссылки в «Сторисах». Этим активно пользуются «Интертат.ру», «Матбугат.ру», «Акчарлак» и другие

СМИ Республики Татарстан. В результате нововведения «Матбугат.ру» увеличил трафик на 30 %. Это осязаемая цифра.

Работая в соцсетях, журналист находится как бы между двух огней. С одной стороны – социальная ответственность и корпоративная культура. С другой, – своеобразная стилистика соцсетей. Не секрет, что в социальных сетях, как правило, используется «уличная», порой, жаргонная лексика, нередко матерные выражения. Журналист же должен соблюдать приличия и в то же время найти общий язык с пользователями соцсетей.

Как и прежде, традиционные СМИ стоят на уровень выше, чем соцсети по такому фактору, как доверие читателя. Резонансные новости в этом плане как лакмусовая бумажка. Приведем пример. В этом году в области татарской культуры было много потерь. Сообщения о кончине той или иной выдающейся личности сначала распространялись в соцсетях. Большинство читателей относились к этим сообщениям с недоверием. И только после того, как о факте писали традиционные СМИ, новость воспринималась как 100-процентно достоверная.

5. Прогнозы на будущее

По мнению экспертов, выделяются следующие тенденции развития социальных сетей:

- *широкая интеграция коммерческих инструментов в соцсети.*

Например, товар можно будет выбрать и приобрести, оплатив онлайн, прямо в соцсетях, не переходя по ссылке в интернет-магазин. Такая возможность уже есть на некоторых ресурсах;

- *развитие видео.* Будет расти число ютуб-каналов с большим бюджетом, профессиональной съемкой, монтажом, звуком. К примеру, на ютуб-канал Юрия Дудя, специализирующегося только на интервью, подписано 2,3 млн. человек;

- *развитие телеграм-каналов.* Прогнозируется активность чатов, ботов и телеграм-каналов. Количество читателей татарских телеграм-каналов пока не достигает даже 1 тыс. человек;

- *повышение качества контента.* Эксперты полагают, что качество фото-, видео-, а также текстового контента возрастет. SMM-специалисты и маркетологи советуют в каждом посте в соцсетях предлагать читателям полезную информацию.

УДК 070 81'271.14

Ф.Р. Сибгаева,

канд. филол. наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© Ф.Р. Сибгаева

Р.С. Нурмухамметова,

канд. филол. наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© Р.С. Нурмөхәммәтова

МӘГЪЛУМАТ ЧАРАЛАРЫНДА ОЧРЫЙ ТОРГАН ЛЕКСИК-СЕМАНТИК ХАТАЛАР

Для многих средств массовой информации, которые с помощью слова общаются с массами, стало нормой не следить за тем, правильно ли они употребляют это самое слово. Речевые ошибки привлекают внимание ученых как наиболее очевидный показатель уровня грамотности языковой личности и изучаются в отечественной науке, главным образом, для решения задач практической стилистики и литературного редактирования. Структура речевого навыка и состояние речевой грамотности определяется соотношением ошибок. Изменение этого соотношения при переходе с одного уровня языковой компетенции на другой дает представление об основных

тенденциях формирования языковой личности, отражает объективно существующие закономерности усвоения родного (русского) языка коллективным субъектом – «коллективной языковой личностью». В данной статье рассматриваются лексико-семантические ошибки в СМИ и делается попытка описания ошибок и выявления закономерностей.

Ключевые слова: лексика, лексико-семантическая ошибка, стилистика, переносное значение, основное значение.

For many mass media which by means of a word communicate with masses has become a norm not to watch whether correctly they use this word. Speech mistakes draw attention of scientists as the most obvious indicator of level of literacy of the language personality and are studied in domestic science, mainly, for the solution of problems of practical stylistics and literary editing. The structure of speech skill and a condition of speech literacy is defined by a ratio of mistakes. Change of this ratio upon transition from one level of language competence to another gives an idea of the main tendencies of formation of the language personality, reflects objectively existing regularities of assimilation of native (Russian) language by the collective subject – "the collective language personality". In this article lexico-semantic mistakes in media are considered and the attempt of the description of mistakes and identification of regularities becomes.

Key words: lexicon, lexico-semantic mistake, stylistics, figurative sense, major importance.

Сөйләмнең дәрәс яки ялгыш булуы билгеле бер сүзнең яки сүзләрнең урынлы яки урынсыз, табигый мәгънәсендә яки гадәти булмагаи чит-ят мәгънәдә кулланылуына кайтып кала. Сүзләрдән дәрәс файдаланмау сөйләүче (язучы) кешенең фикерен дәрәс аңларга комачаулый, тыңлаучыга (укучыга) житкерелергә тиешле мәгънәне, сөйләмендә эчтәлеген боза һәм туган телнең табигый халәтенә зыян китерә.

Татарча газет-журналлардагы, радио-телевидение тапшыруларындагы хаталар кайбер сүзләрнең аңлашылмавына, ялгыш мәгънәдә яки урынсыз кулланылуына, туган тел өчен табигый булмавына бәйле.

Мәгълумат чараларындагы мондый тискәре күренешләр сөйләүче яки язучы кешенең туган телне, андагы аерым сүзләрнең мәгънәләрен, мәгънә төсмерләрен, аларның сөйләмдә кулланылу тәртибен, кагыйдәләрен белеп бетермәү яки белә торып та санга сукмау нәтижәсе.

Матбугат, радио-телевидение тапшыруларындагы тел хаталарының житди сәбәбе – журналистларның, хәбәрчеләрнең бүгенге көндә үзара тыгыз бәйләнештә торган рус һәм татар телләрен житәрлек дәрәжәдә белмичә, бутап куллану, аларның һәркайсына гына хас үзенчәлекләрен исәпкә алмыйча, бер тел формасын икенче телгә автоматик (механик) рәвештә күчереп кую.

Татар-рус икетеллелеге шартларында эш итүче журналистларга күп кенә төшенчәләрен рус теленнән тәржемә итәргә туры килә. Ике телне параллель кулланучы (билингв), бу телләрнең сүзләрен даими рәвештә үзара мөнәсәбәткә кертәп, алар арасындагы тәңгәллекләрен куллана.

Ике тел сүзләре арасында тәңгәллекләр табу-ижади, катлаулы эш. Ике тел сүзләре арасындагы бертөрле, охшаш яктарны һәм специфик үзенчәлекләрен белү әһәмиятле. Әйтергә кирәк, билингвлар сөйләмәндәге ялгышлар барыннан да бигрәк ике телнен лексик-семантик системасындагы үзенчәлекләрен исәпкә алмау, ике телдәге бертөрле күренешләрен аера белмәү аркасында килеп чыга.

Ике тел сүзләреннән төзелгән семантик төркемнәрнең шулай бик катлаулы үреләп баруы жирлегендә бу телләрдәге лексик тәңгәллекләрен берничә төрен аерып чыгарырга мөмкин. Татар-рус телләре практикасы өчен аеруча әһәмиятле тәңгәллекләр:

1. Рус теленең төрле мәгънәләренә татар телендәге төрле семантик төркем сүзләре туры килә: *резать* 1) кисү (пычак белән

кису «резать ножом»); турау (бәрәңге турау «резать картошку»); 3) яру (кабак яру «резать тыкву»); 4) сую (каз сую «резать гуся») һ.б.

2. Рус сүзенең нинди дә булса бер мәгънәсенә татарның үз сүзе туры килә, барлык башка мәгънәләрен белдерү өчен, алынма кулланыла: *цель* 1) максат, теләк (максатыбыз – яхшы уку «наша цель – хорошо учиться»); 2) цель (цельгә ату «стрелять в цель»); *статья* 1) мәкалә (мәкалә язу «написать статью»); 2) статья (закон статьясы «статья закона»).

3. Рус сүзенең төрле мәгънәләренә татар телендәге бер ук семантик төркем сүзләре туры килә: *чистить* 1) чистарту (тәрәзә чистарту «чистить окно»); 2) әрчү (бәрәңге әрчү «чистить картошку»); *дружный* 1) дус, тату (дус малайлар «дружные ребята», дус яшәү «жить дружно»); 2) бердәм (бердәм эш «дружная работа») һ.б.

4. Рус сүзенең төрле мәгънәләренә татар теленең төрле семантик төркемнәрендәге сүзләр туры килә. Мәсәлән: *убрать* 1) жыештыру (бинаны жыештыру «убрать помещение»); 2) урып-жыю, жыеп алу (игенне жыеп алу «убрать урожай»); 3) *бизәү* (бүлмәне чәчәкләр белән бизәү «убрать комнату цветами»); 4) *көрәү* (кар көрәү «убрать снег») һ.б.; *острый* 1) үткен (үткен пычак «острый нож»); 2) очлы (очлы сәнәк «острые вилы»); 3) үткен, зирәк (үткен күз «острый глаз»); 4) ачы (ачы тел «острый язык»); 5) көчле, каты (көчле ис «острый запах», каты авыру «острая болезнь»); 6) кискен, чиктән тыш, киеренке (киеренке хәл «острое положение») һ.б.

5. Рус сүзенең нинди дә булса бер мәгънәсен белдерү өчен алынма кулланыла, барлык башка мәгънәләренә исә төрле семантик төркемнәргә караган татар сүзләре туры килә: 1) *эффект* («театрдагы тавыш эффектлары» – «шумовые эффекты в театре»); 2) «нәтижә», «файда» («азыктан нәтижәле файдалану» – «эффективное использование кормов»); 3) «тәэсир», «йогынты» («тамашачыларга тәэсир итү» – «произвести эффект на зрителей»).

6. Рус телендәге төрле семантик төркем сүзләренә татар теленә күп мәгънәле бер сүзе туры килә: 1) знать – белү (много знать «күп белү»); 2) уметь – белү (уметь читать «укый белү»); 1) готовить – әзерләү (готовить пищу «ашарга әзерләү»); 2) делать – әзерләү (делать уроки «дәрәс әзерләү»).

Төрле телдәге төп мәгънәләре бердәй лексик берәмлекләренә специфик булуы аларның әчкә мәгънәви мөнәсәбәтләрендәге үзенчәлекләр белән аңлатыла. Гадәттә, һәр сүзнен предмет белән нисбәттә торган мөстәкыйль лексик (төп номинатив) мәгънәсе булса да, аның һәр конкрет өстәмә һәм күчерелмә мәгънәсе, нигездә, бары тик башка сүзләр белән бәйләнештә, ягъни контекстта гына ачыла. Бу – төрле тел лексик берәмлекләре арасындагы тәңгәллекләренә билгеләгәндә һәм аларның характерларын өйрәнгәндә, һичшиксез, исәпкә алынырга тиешле мөһим кагыйдәләренә берсе.

Тәңгәллекләренә исәпкә алу зарурлыгы тәржемә процессында аеруча әһәмиятле. Мәсәлән, рус телендә «хатын» дигән татар сүзенә тәңгәллек контекстта гына билгеле була, чөнки ул «жена» һәм «женщина» мәгънәсен дә белдерә. *Живые цветы* сүзтезмәсен татар теленә *тере чәчәкләр* дип тәржемә итү дәрәс булмый, дәрәс варианты – *чын чәчәкләр*. Кызганыч, татарча-русча яки русча-татарча сүзлекләренә берсендә дә *живой* сүзе *чын* дип тәржемә ителми.

Русчадан татарчага тәржемә ителгән мәгълүмат чараларында оригинал сүзнен мәгънәсен контекстка карап билгеләмәү, сүзлекләрдә теркәлгән эквивалентлар белән генә эш итүгә бәйлә килеп туа, беренчедән, мәгънә ялгышлары китә, икенчедән, авыр аңлаешлы яки бетенләй аңлаешсыз, кытыршы әйләнмәләр, ясалма сүзләр барлыкка килә. Моңа мисаллар күп.

«Илүзә мондый *хәрәкәтләре* өчен үзе җаваплы булып калды» («Сөембикә», 2016, №5). Бу жөмләдә *хәрәкәт* сүзе дәрәс кулланылмаган. Рус телендә *действие* сүзнен берничә мәгънәсе бар: 1) кешенә гамәлләре, эшләре; 2) физик җисемнәрнен, кеше

эгъзаларының, бөжәкләрнең төрлечә хәрәкәтләнүе, нинди дә булса энергия сарыф итүе. Беренче мәгънә – «эшләү», «эш» сүzlәре белән, икенчесе «хәрәкәтләнү», «хәрәкәт» сүzlәре ярдәмендә белдерелә. Әле китерелгән жөмләдә һәм сүзтезмәдә «действие» беренче мәгънәдә – *кешенең аңлы эше* мәгънәсендә кулланыла, һәм аны татарчага «эш» сүзгә белән (...мондый эшләр өчен) бирергә кирәк иде. Журналистның бу очрактагы ялгышы – «действие» сүзенең контексттагы мәгънәсен исәпкә алмаган булуында күренә.

Учиться сүзенең мәгънәсе татар телендә уку һәм өйрәнү сүzlәре белән бирелә. Әмма кайбер каләм ияләрә бу хакта онытып жибәрә: «Ниндидер яңа нәрсә белән шөгыйльләнә башлаганчы, башта моны *уқырга* кирәк» («Ватаным Татарстан», 2017, №10) (тексттан аңлашылганча, монда сүз өйрәнү турында бара, димәк «...өйрәнергә кирәк» булырга тиеш иде).

«Район шифаханәсендә Сабира апаның *кан агышы тулысынча торгызылды*» («Акчарлак», 2017, № 20) (Сабира апаның кан әйләнеше (йөреше) туктап торган икән дип уйларга мөмкин: *кан йөреше* дип кулланылган очракта дәрәс булыр иде).

Рус телендәгә *сократить* сүзгә *кыскарту* һәм *киметү*, *азайту* мәгънәләрен белдерә, һәм аларны татарча шул сүzlәр белән бирергә кирәк. Ләкин соңгы вакытта матбугат битләрендә *кыскарту* сүзгә белән бирелгән очраklar шактый: «Күп кенә хезмәткәрләрне *кыскартырга* уйлыйлар» («Шәһри Казан», 2008, № 18) («*эштән азат итәргә (чыгарырга) уйлыйлар*» кирәк); «*Кыска гына вакыт әчәндә* мин аны үземә карата алдым» («Юлдаш», 2008, № 8) («...*аз гына вакыт...*» кирәк).

«Бу тема беркайчан да *картаймый...*» («Ватаным Татарстан», 2017, № 20). *Картаю* сүзгә урынлы кулланылмаган, чөнки журналист рус телендәгә *стареть* тәңгәлләкләренең башына беренче килгән һәм сүзлектә теркәлгән кулланган, ләкин бу вариант дәрәс түгел.

«Бу тема беркайчан да искерми» дигән формада әйтелгәне татар сөйләменә туры килә.

Мәгълүмат чараларында хөкем сөргән тел хаталары күбесенчә рус теле үзенчәлекләрен механик рәвештә татар теленә күчереп кую белән бәйле. Бу исә, беренчедән, журналистның туган телен яхшы белмәве, икенчедән, бер телдән икенче телгә тәржемә итүнең принципларыннан, метод һәм ысулларыннан хәбәрдар булмавы аркасында килеп чыга. Мәгълүм булганча, татар журналистларына күп материалларны русчадан тәржемә итеп алырга туры килә. Әмма алар, тәржемә теориясен белмәгәнлектән, бу эшне, нигездә, русчадан татарчага сүзгә-сүз, хәрәфкә-хәрәф күчерү юлы белән башкаралар. Нәтижәдә телебезгә аның табигате өчен ят, чит, килешсез, ясалма элементлар, формалар килеп керә.

Әдәбият:

1. Сафиуллина Ф.С. Тел гыйлеменә кереш. Казан, 2001.
2. Сафиуллина Ф.С. Хәзерге татар әдәби теле: Югары һәм урта уку йортлары өчен д-лек / Ф.С. Сафиуллина, М.З.Зәкиев. 3 нче басма. Казан, 2006.
3. Юсупов Р.А. Лексико-фразеологические средства русского и татарского языков. Казань, 1980.
4. Юсупов Р.А. Әдәп башы – тел: Икетеллелек шартларында дәрәс сөйләм мәсәләләре. Казан, 2000.
5. Юсупов Р.А. Общее и специфическое в разноструктурных языках: лексико-фразеологические средства русского и татарского языков. Казань, 2009.

И.Ф. Фаттахов

канд. филол. наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

©И.Ф. Фаттахов

“ВАТАНЫМ ТАТАРСТАН” ГАЗЕТАСЫ:

ҮТКӘННӘН БҮГЕНГӘ

В статье изучается деятельность редактора Шамси Хамматова, Флорида Агзамова и даётся обзор номеров общественно-политической газеты “Социалистик Татарстан” за 1960–1961 гг., которая ныне как “Ватаным Татарстан” в марте 2018 г. отметила своё 100-летие! Газета выходит с 12 марта 1918 г. Первоначально называлась “Эш” (Работа). С 1920 г. стала носить название “Татарстан хәбәрләре” (Вести Татарстана), затем “Татарстан” (1922–1924), а в 1924–1951 гг. “Кызыл Татарстан” (Красный Татарстан). С 1951 г. по 1960 г. – “Совет Татарстаны” (Советский Татарстан). С 28 сентября 1960 г. – “Социалистик Татарстан” (Социалистический Татарстан). В 1970 гг. тираж достигал 175 тысяч экз. С 1992 г. – “Ватаным Татарстан” (Моё Отечество Татарстан).

Ключевые слова: Совет Татарстаны, Социалистик Татарстан, редактор, Галим Рябков, Шамси Хамматов, Флорид Агзамов, Хрущёв, статья, очерк, фельетон.

The article studies the activities of the editor Shamsi Hammatov, Florid Agzamov and provides an overview of the numbers of the socio-political newspaper "Socialist Tatarstan" for 1960–1961 are studied, which in March 2018 will celebrate the 100th anniversary is studied! The newspaper is published on March 12, 1918. Originally it was called "Ash" (Work). Since 1920 it began to bear the name "Tatarstan khabrylor" (Vesti of Tatarstan), then "Tatarstan" (1922–1924), and in 1924–1951 "Kyzyl Tatarstan" (Red Tatarstan). From 1951 to 1960 – "Soviet Tatarstan"

(Soviet of Tatarstan). Since September 28, 1960 – "Socialist Tatarstan" (Socialist Tatarstan). In the 1970 circulation reached 175 thousand copies. Since 1992 – "Vatanym Tatarstan" (My Fatherland Tatarstan).

Key words: Soviet Tatarstan, Socialist Tatarstan, editor, Galim Ryabkov, Shamsi Hammatov, Florid Agzamov, Khrushchev, article, essay, feuilleton.

“Ватаным Татарстан” ижтимагый-сәяси гомумтатар газетасы 2018 елның мартында үзенең 100 еллык юбилеен каршылады. Шундый олы юбилей уңаеннан кыска тарихи белешмә бирәбез: газета 1918 елның 12 мартыннан бирле чыга. Башта “Эш” исеме белән басылган. 1920 елдан “Татарстан хәбәрләре” дип атала башлый, аннары “Татарстан” (1922–1924), ә 1924–1951 елларда “Кызыл Татарстан”. 1951 елдан 1960 елга кадәр – “Совет Татарстаны”. 1960 елның 28 сентябреннән – “Социалистик Татарстан”. 1970 елларда газетаның тиражы 175 мең данәгә җиткән. 1992 елдан – “Ватаным Татарстан”.

Узган гасырның 60 елларында “Социалистик Татарстан” ижтимагый-сәяси газетасы татар телендә атнага 6 көн дүрт битле булып чыккан, хәтта якшәмбе дә! Дүшәмбе генә чыкмаган. Менә ничек бит, һәр көн саен өегезгә почта килеп торсын әле, хәзер мондый хәл сәер тоелса да, ул заманда гадәти күренеш саналган.

Галим Рябков – “Совет Татарстаны” газетасы редакторы (1950–1960). 1960 елның 19 январь (сишәмбе) санын чыгарып, ул үзенең ун еллык редакторлык эшчәнлеген төгәлләгән. 1960 елның 1 январена газетаның тиражы 42. 000 булган.

М. Шәймәрданов – редактор Галим Рябковның урынбасары, 1960 ел башында 20.01 (чәршәмбе), 21.01 (пәнжешәмбе) һәм 22.01 (жомга) саннарын чыгарырга кул куйган.

1960 ел, 19 январь санында “Республиканың 40 еллыгы алдыннан” рубрикасында күп материаллар бирелгән. “Бәйрәмне хезмәт бүләкләре белән каршылыйк!” дигән өндәмә язылган

рубрика астына. Соңрак “Республиканың 40 еллыгы хөрмәтенә” сәхифәсе дип үзгәртелгән. Алга таба “Республикабыз юбилеена бүләк” дигәне дә очрый, мәсәлән, 1960 ел, 3 март санында “Лениногорскида телевидение”, фотограф В.Запорожченко тексты һәм фотосы басыла. 22.06.1960 – “Кырык еллыкны каршы алганда (1920-1960)” рубрикасында атаклы язучы Ибраһим Газиның “Дусларыбызны сөендереп... (Үткәннәрдән хатирәләр)”е басыла. 25 июньдә ТАССРның 40 еллыгына багышланган махсус сан чыгарыла. Анда Гази Кашшафның “Казан”, Сөббүх Рәфиковның “Без кабызган утлар...” язмалары бар.

Шәмси Хамматов 1960 елның 23 январеннан “Совет Татарстаны” газетасының редакторы булып эшли башлаган, ягъни 23 январь, шимбә санын бастырырга ул *беренче тапкыр* кул куйган. Башта газетада үзгәрешләр сизелми: исеме дә, тиражы да шул ук, эчтәлек һәм форма да шул, дизайн да...

Редакциядә күп фотографлар эшләгән: 1960–1961 еллар саннарында Ж. Акчурин, Ә. Исмаков, Б. Мясников, Н. Төхфәтуллин, А. Шакиржанов, Г. Мангушев, С. Сәлимов, Ю. Ананьев, А. Образцов, Б. Денисов, И. Хәбиб, С. Токарев, Б. Пец, Г. Сафин, В. Запорожченко, Ф. Габдриевның фото һәм текстлары, фотоэтиюд һәм фотозарисовкалары басылган. Мәсәлән: Жәвид Акчуринның “Ял көнне – паркта” фоторәсеме, А. Шакиржанов “Бәхетле балачак”, С. Сәлимов “Бу малайны узыйк әле”, С. Токаревның “Күгәрченнәр” фотоэтиюдлары.

Хезмәт алдынгыларының – Социалистик Хезмәт Геройларының зур фотопортретлары басыла. Ш. Хамматов эшли башлагач, газета битләрендә фотолар бастыру тагын да күбәя, төзелеш майданнарын, тормышны, хезмәтне, гади кешеләрне сурәтләгән фотографияләр арта.

“Туган илебездә” фотохроникасы, “ТАСС хәбәрләре”, “Чит илләрдә” (“Чит илләрдән хәбәрләр”, “Чит ил хәбәрләре” дип тә үзгәртелгән), “Хәбәрчеләр рейды”, “Хәбәрчеләр посты яза”, “Тәҗрибә

уртаклашып эшлибез”, “Редакция почтасыннан”, “Безнең материаллар эзеннән”, “Хатлар эзеннән”, “Авыллардан язалар”, “Хатларга күзәтү”, “Матбугат күзәтү”, “Яңа китап” сәхифәләре даими чыгып барган.

Шулай ук яңа сәхифәләр барлыкка килә: “Авылда фотоаппарат белән”, “Тарихи урыннар буйлап”, “Республика шәһәрләре буйлап”, “Укытучылар редакциядә”, “Язучылар редакциядә”, “Замандашларыбыз”, “Безнең көн кешеләре”, “Заман геройлары”, “Совнархоз адресына”, “Кычыткан”.

1-нче биттәге “Замандашларыбыз” сәхифәсендә хезмәт ияләренең фотосы һәм текст биреп барылган. “Ил байлыгын тудыручылар” сәхифәсе дә фото һәм текст белән чыгып барган. “Кычыткан” юмор һәм сатира сәхифәсендә рәссам Наил Байбурин рәсемнәре басылган.

23 январь санында “В.И. Ленинның тууына 90 ел тулу алдыннан” рубрикасы пәйда була. Ленинның Мәскәүдәге үзәк музейе турында Г. Демин мәкаләсе бастырылган. 28 январьда “А.П.Чехов – врач” мәкаләсе басылса, ә 29 январьда А.П. Чеховның тууына 100 ел тулуга багышлап материаллар бирелгән.

Н.С. Хрущёвның партия съездларында укыган күләмле докладлары, авыл хужалыгы буенча рәсми киңәшмәләрдә, хезмәт алдынгылары белән очрашуларда, Берләшкән Милләтләр Оешмасы трибунасыннан сөйләгән барлык озын чыгышлары, АКШ журналистларына биргән тулы интервьюлары, совет хезмәт ияләренә һәм чит ил президентларына язган эчкерсез хатлары, ихлас котлау һәм рәхмәт телеграммалары татарчага яхшы тәржемә ителеп, “Социалистик Татарстан” газетасында даими рәвештә басылып барган. Хрущёв речләрән тулысынча бастыру сәбәпле, кайвакыт газета 6 яки 8 битле дә булып чыккалаган.

Хрущёв чорында дингә каршы көрәш тагын да көчәйгән, атеизм “чәчәк аткан” – апогеясына житкән. Шул жөмлэдән, 60 еллар башы

татар матбугатында да атеистик пропаганда тирэн тамыр жибэргэн. “Совет Татарстаны” редакциясендә штаттан тыш атеистик пропаганда бүлеге булдырылган, аның мөдире – Фәнис Мөсагыйть. Газетада “Атеист трибунасы” дигән махсус сәхифә даими чыгарылган. Атеистик эчтөлөклә мөкалэләр 1960 елгы саннарда аеруча еш басылган, мөсәлән: 23 февраль санында “Сөрөмчеләр” дигән күләмле язма дөнья күргән. Аңа кайтаваз буларак, 18 мартта “Безнең материаллар эзеннән” сәхифәсендә болай язылган: “Сөрөмчеләр” – 23 февральдә шундый баш астында мөкалә басылып чыккан иде. Анда Кукмара районы авылларында, атеистик пропаганданың йомшак куелуы нәтижәсе буларак, динчеләрнең активлашуы, халыкка, бигрәк тә яшьлەرгә дини йогынтыларын көчәйтүләре турында язылды.

Күптән түгел генә алынган җавапка караганда, бу мөкалә КПССның Кукмара райкомы бюросы утырышында һәм партия башлангыч оешмаларының ачык җыелышларында тикшерелгән. Бер үк вакытта районда атеистик пропаганданы яхшырту чаралары билгеләнгән”, ягъни үз вакытында чарасын да күргәннәр. Ул заманда матбугатта басылган проблемалы мөкалэләр власть органнары тарафыннан тикшерелгән һәм ашыгыч рәвештә чара күрелгән.

Бүген мондый баш исеме бик сәер яңгырый, әлбәттә: “Уразасы, корбаны – бары да алдау тозагы” (И. Гыйльфанов, политик һәм фәнни белемнәр тарату җәмгыяте члены. 17.03.1960).

“Атеист трибунасы” сәхифәсендә Кайбыч районыннан С. Дәмиднең “Йөзгә-йөз” язмасы (15.10.1960), татар журналистика бүлегенең беренче чыгарылыш карлыгачы журналист Абдулла Сәләхетдиновның “Әмерикански “изгеләр” (26.10.1960), Фәнис Мөсагыйтьнең “Менә сезгә Гөлҗамал” (25.11.1960) фельетоннары басыла.

1960 елларда татар совет матбугатында реклама булганмы дигән сорауга ап-ачык итеп булган дип җавап бирә алабыз. Инде “Совет

Татарстаны” газетасында ук ачык реклама булган икән: “Үз газетам: укыйм, язышам, таратуда булышам” (19.03.1960).

“Иптәш, син киләсе ел өчен газета-журналларга язылдыңмы?” рубрикасында (25.10.1960) укучыларның язмалары һәм фотолары бирелгән. Шунда ук “Укыгыз, язылыгыз!” дигән рекламада “Социалистик Татарстан” газетасын кулына тоткан ир-ат рәсеме ясалган. “Мин язылдым. Ә син?” дигән реклама-плакат та басылган (11, 19, 22 ноябрь, 1960). “Социалистик Татарстан” газетасына 1961 елга язылдыңмы?” (27.11.1960).

Гомумән, газетага язылу кампаниясе актив барган дигән нәтижәгә киләбез.

Океан батырлары – совет дингезчеләре турында материаллар “Совет Татарстаны” газетасының 1960 елгы 18, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 27 март саннарында бар.

18 мартта “Халкыбыз горурлыгы” баш исеме астында совет солдатлары Әсгать Жһаншин, Филипп Поплавский, Анатолий Крючковский, Иван Федотовны котлаган һәм аларны коткарган өчен АКШ президенты Эйзенхауэрга рәхмәт әйткән Хрущёв телеграммалары, “Правда” газетасыннан Б. Стрельниковның “Океанда 49 көн” мәкаләсе тәржемә ителеп басылган. 19 март санында Хрущёвка дингезчеләрдән жибәрелгән телеграмма басыла.

Бу батырлык темасы алга таба да газета битләрендә киң яктыртылган: 20 март санында Куйбышев өлкәсе, Шенталадан А. Ошкинның “Герой якташыбыз” язмасы тәржемә кылынып дөнья күргән, Советлар Союзы Герое, запастагы генерал-лейтенант Гани Сафиуллин жибәргән “Казаннан салам!” дигән телеграмма басылган.

Газетаның 22 март санында “Телефонда Нью-Йорк – Мәскәү – Казан” язмасы, Әсгать Жһаншин рәсеме бирелә, Мәхмүт Хөсәеннең “Дан Сөзгә, Дан, дүрт каһарман!” шигыре, “Туганым белән горурланам” язмасы (Ә. Жһаншинның Сания апасы турында, ул Әзәрбайжан ССРның Астра районы Супарибаг авылында яшәгән)

басыла. Татар язучысы Габдрахман Минскийның “Жиһаншин” мәкаләсе дөнья күрә.

23 март санында исә “Шентала кунак кәтә” язмасы, Ә. Жиһаншинның әти-әнисе фотосы урын алган. 24 мартта “Геройлар сөйли” сәхифәсендә рядовой Филипп Поплавскийның “Жиде атна” исемле язмасы “Правда”дан күчереп бастырыла. 25 мартта диңгезчеләр турында – Мәскәүдән Г. Минскийның “Батырлык шулай туа” мәкаләсе басылып чыга. 27 март – Фазыл Мостафин. “Геройның апасы сөйли”.

“Социалистик Татарстан” газетасының махсус һәм үз хәбәрчеләре төрле шәһәрләрдә, район үзәкләрендә булган: Мәскәүдә Габдрахман Минский, Уфада Фатих Ибраһимов – махсус хәбәрчеләр; СССР Журналистлар Союзы члены Касыйм Фәсәхов, Сөббүх Рәфиков, Фазыл Мостафин, М. Хәмидуллин, Х. Маннапов, Ә. Шәрипов – үз хәбәрчеләр.

Редакция газета битләрендә фельетон язу, фоторәсем төшерү буенча консультацияләр дә оештырган. “Фельетон ничек языла?” язмасын (11.11.1960) укып, кечкенә фельетон (Г. Тукай, Г. Рыкин), проблемалы фельетон, фельетон-новелла, фельетон-хикәя, шигъри фельетон (С. Маршак, Б. Олейник, Г. Тукай, Н. Такташ), уңай фельетон, адреслы фельетон, адрессыз фельетон төрләре барлыгын белербез. Шунда ук Ф. Нуруллинның “Фоторәсем – мәкалә дә ул” дигән язма-консультациясе дә бар.

“Социалистик Татарстан” газетасында хезмәт, сугыш темасына очерклар күп басылган. Безнең татар журналистикасы бүлегенең беренче чыгарылыш карлыгачы Шамил Рәкыйповның “Көрәш дэвам итә” очеркы (2.03.1960), Атилла Расихның “Буранлы көннәрдә” күләмле очеркы 1960 елның 1, 3, 6, 7 март саннарында басыла.

Газета битләрендә очерк, хикәя, фельетон бастыру күзгә күренеп арта: Сөббүх Рәфиковның “Авылда кич” (20.03.1960), “Йөрәк ялкыны” (7.01.1961), Касыйм Фәсәховның “Бүләк”

(28.06.1960), “Тоня” (6.11.1960), Мәхмүт Хөсәеннең “Ангара ярларында” (26, 29 окт., 3, 5 ноябрь, 21, 22 дек., 1960), “Мөкәrrәмә” (19.01.1961), Фәлах Насыйровның “Үзе киткәч” очерклары, Абдулла Әхмәтнең “Кеше хәтере” (20.03.1960), С. Хәсәновның “Тимери-жимери” юмористик (3.01.1961), Газиз Мөхәммәтшинның “Яз башы” (20.01., 21.01.1961) хикәяләре, С. Дементьевның “Аулак тыкрыкта” (15.06.1960), “Оядан-ояга” (13.12.1960), К. Фәсәховның “Китап һәм эшләпә” (24.03.1960), З. Шәфигуллин, Б. Гыйльмиевнең “Теш куючылар” (22.11.1960), Б. Гыйльмиевнең “Лимитсыз гына” (23.11.1960), Барлас Камаловның “Кала бизгәге” (18.12.1960), М. Хафизов, Н. Ганиевның “Черкия ханым” (11.01.1961), Н. Гобәйдуллинның “Президентның соңгы төне” (20.01.1961), Г. Бакировның “Кияүгә чыгып карагыз!” (29.01.1961) фельетоннары.

К. Фәсәховның “Китап һәм эшләпә” фельетонында сүз китап сәүдәсе торышы турында бара: “Складта борылыр урын да юк: өем-өем китаплар”, – дип башлана.

Гомумән, китап сату һәм аны пропагандалау эшен яхшырту темасына караган материаллар газетада байтак, мәсәлән: “Азнакай районы эшче-авыл хәбәрчеләренең мөрәжәгәте” (22.03.1960), “Китап – белем чишмәсе” сәхифәсендә Татпотребсоюз председателе урынбасары Ю. Закировның “Рухи азык”, Казандагы 15-нче урта мәктәп укытучысы И. Хәсәновның “Тормыш лирикасы” исемле язмалары (26.03.1960) басылган.

1960 елда СССР белән Франциянең мәдәни багланышлары шактый ныгый, моңа дәлил булып француз культурасы турындагы мәкаләләр, фотолар тора. “Совет Татарстаны” газетасы да бу темадан читтә калмый, мәсәлән, “СССР – Франция культура элементләре” дигән мәкалә, “Нормандия – Неман” нәфис фильмы (СССР, Франция, Англия) рекламасы 22 март санында басылган. 24 март санында исә

“Тынычлык миссиясе. Н.С. Хрущёв Парижга китте” дигән рәсми хәбәр бирелгән.

Татарстан Журналистлары Союзы идарәсен Шәмси Хамматов житәкли башлагач, Союзның эшчәнлеген матбугатта яктырту киң колач ала. 23 март санында “Зур ижади әңгәмә (Татарстан Журналистлары Союзы пленумыннан)” дигән репортаж басыла. Очрашу ахырында КПССның Татарстан өлкә комитеты беренче секретаре Ф.Ә. Табеев чыгышы тыңланган.

“Социалистик Татарстан” газетасы материалларының сискәндергеч, уйландырырлык, уңышлы баш исемнәре игътибарны нык жәлеп итә, мәсәлән:

Күмәк күтәрелсә, күл күчерер. – 23.02.1960;

Агай, алдан сагай. – 2.03.1960;

Киңәшле эш – бирер жимеш. – 26.02.1960, язма авторы А. Габдуллин “Киңәшле эш таркалмас” татар халык мәкален ижади үзгәрткән;

Жир ашлаганны ярата. – 2.03.1960;

Ашлаган жир аш бирә. – 4.03.1960;

Фермадан хатлар. – 5.03.1960, махсус хәбәрчебез К. Фәсәхов;

Сүз тонналап, ит граммлап. – 5.03.1960, үз хәбәрчебез М. Хәмидуллин;

Кысыр сыердан бозау көтәләр. – 5.03.1960, Ш. Зариф;

Яз хәбәр сала. Ә син аны каршыларга әзерме? – 6.03.1960;

Язгы эшләр якынлаша: Сез чәчүгә хәзерме? – 22.03.1960;

Киём килешле, аш ләззәтле булсын! – 24.03.1960;

Ит байлыгы – ил байлыгы. – 24.03.1960;

Яз ишек кага: Сез чәчүгә хәзерме? – 25.03.1960;

Язның көне ел туйдыра. – 26.03.1960;

Кырык бер сылтау. – 26.03.1960;

Эш гөрләп торсын! – 11.06.1960;

Йөкләмә алдыңмы – үтә! – 15.10.1960;

Бер бала да мәктәптән читтә калмасын! – 18.10.1960;
Иптәш, вәгъдәң ничек үтәлә? – 19.10.1960;
Алга кара, иптәш механизатор! – 23.10.1960;
Депутатлар тәнкыйть итәләр, тәкъдим итәләр. – 27.10.1960;
Һәркемгә – экономик белем! – 30.10.1960;
Эшли дә, укый да, ял да итә беләләр. – 30.10.1960;
Кош канаты белән, семья татулыгы белән көчле. – 30.10.1960;
Күп тә булсын, яхшы да булсын, арзан да булсын. – 15.11.1960;
Алга, тик алга! – 23.11.1960.

Н.С. Хрущёв уйлап чыгарган Совнархоз оешмасына карата тәнкыйть материаллары да басылган, мәсәлән: “Совнархоз адресына” дигән сәхифә астында ук “Төзелештә өзеклек” язмасы басыла, “Чаян” журналы репортажы бирелә (И. Затекин рәсеме, “Татсовнархоз авыл хужалыгыннан биек стена белән аерылган. Колхоз һәм совхоз производствосын механизацияләүдә ярдәм итми”, – дип язылган).

60 еллар башы татар матбугатында да кукуруз темасы макталган. “Чаян”нан гына түгел, “Крокодил” журналыннан да кукурузга караган рәсемнәр күчәреләп, “Социалистик Татарстан”да бастырылган, мәсәлән: “Кукуруз – байлык чыганагы” дип аталган.

Газетада ачык хатлар да күп басылган. 26.03.1961. – “Комсомоллар, егетләр һәм кызлар! “Зур кукуруз” өчен походка! Татарстанның барлык комсомолларына, барлык авыл яшьләренә КПССның Татарстан өлкә комитеты хаты”. 31.03.1961. – “Сарман районы авыл хужалыгы алдынгылары хаты”.

1960 елның 30 июне – “Совет Татарстаны” газетасының тиражы 45.000гә җитә, димәк, ел башы белән чагыштырганда, 3 меңгә арткан. Бу – редактор Шәмси Хамматовның зур уңышы!

1960 елның 28 сентябрәндә газетаның *исеме* “Социалистик Татарстан” итеп үзгәртелә. Бусы да – зур үзгәреш!

Шәмси Хамматов, әдәбият һәм сәнгатьнең халыкка көчле тәэсирен тирән аңлаучы буларак, әлеге бүлекнең эшен

активлаштырган. 1960 елның 26 январь саныннан “Әдәбият һәм сәнгать” рубрикасы аерым бер биттә чыга башлай. Башта айга бер тапкыр, аннары атна саен! Ул санда шагыйрьләр Мостай Кәрим, Хәсән Туфан, Әхмәт Исхак, Әхмәт Ерикәй шигырьләре, Ә. Ерикәйнең “Якты, жәйге таңнарда” шигыренә композитор Фәтхрахман Әхмәдиев язган музыка нотасы бар. Шулай ук әлеге рубрикада халык көйләре, очерк, фельетоннар басылган.

Чынлап та, әдәбият һәм сәнгатькә игътибар арткан. Мәсәлән, шул ук елның 19 февраль санында әдәбият галиме Зәет Мәжитовның Фатих Кәрим турында “Ялкынлы гомер” мәкаләсе басылган, монда герой-шагыйрьнең һади Такташ белән төшкән фотосы да урын алган.

1960 ел, 26 февраль, жомга санында “Язучылар редакциядә” сәхифәсе чыга. “Кинәшле эш – бирер жимеш” дип атала А. Габдуллин язмасы. Ш. Хамматовның язучылар белән ачыктан-ачык беренче сөйләшүе бу!

Редакция халык авыз ижатына да игътибар иткән. “Халык ижаты кичәсе” сәхифәсендә (23.03.1960) фольклорчы-галим Хәмит Ярминенң “Тутыкмас көзгә” мәкаләсе, “Мактанчык бай” халык әкиятә, мәкальләр, Ә. Бакиров язмасы, Тел, әдәбият һәм тарих институты фәнни хезмәткәре Эдуард Касыймовның әкиятче Заһри Мөхәммәтжановтан әкиятләр язып алганда төшкән фотосы урын алган.

Махсус хәбәрче Фатих Ибраһимовның “Дусларыбыз арасында (Уфада үткәрелгән татар әдәбияты атналыгы унае белән)” дигән күләмлә язмасы басылган (15.06.1960).

60 еллар башында Әлмәт нефть төбәгенә игътибар гаять зур була. Нәкъ шул чорда Татарстан Язучылар Берлегенә Әлмәт бүлеге оештырыла, язучылык эше гөрләп тора. Гариф Ахунов башлап йөри, аннары дилбегәнә Равил Фәйзуллинга тоттыра. Шуңа күрә “Социалистик Татарстан” редакциясе хәтта “Әдәби Әлмәт” дигән аерым бит чыгарган. Монда шагыйрьләр Сәжидә Сөләйманованың “Букетлар турында”, Әдип Маликовның “Беренче оркестр”

шигырьләре, нефтьче-слесарь Сәлим Шәйдуллинның “Әрлән белән Йомран” мәсәле (16.10.1960), журналист Марсель Зариповның “Буровойда яңа кеше” хикәясе (16, 18 октябрь, 1960) басылган.

Флорид Әгъзамов “Социалистик Татарстан” газетасында әдәбият һәм сәнгать бүлеге мөдире булып эшли башлагач, бу өлкәне яктырту, чынлап та, жанланып китә. Ул берсеннән-берсе кызыклы идеяләре белән, аерым алганда, язучылар Габдрахман Әпсәләмов (“Мәңгелек кеше”, 1960 ел, 12, 14, 18 июнь), Ибраһим Гази (“Онытылмас еллар”, 1960 ел, 30 октябрь, 2, 4, 15, 16 ноябрь), Атилла Расих, Гомәр Бәшировның яңа романнарыннан өзекләр, теге яки бу әдәби датага карата әдипләрнең үз язмаларын, әдәбият галимнәре Хәй Хисмәтуллин, Гази Кашшаф, Ибраһим Нуруллин, Рашад Гайнанов, Әбрар Кәримуллин, Илбарис Надиров, Азат Әхмәдуллин, Тәлгат Галиуллинның фәнни мәкаләләрен бастыру, рус классикларының юбилейларын яктырту, башкорт әдипләре белән ижади дуслыкны ныгыту ягыннан газетага чын мәгънәсендә яңа сулыш өрә.

Ф. Әгъзамов үзе дә каләмен чарлап торган. 1960 елның 15 октябрәндә “Әрәм тамаклар булмасын!” сәхифәсендә беренче зур язмасы басыла, “Аталарча” дип атала. Аның “Зәйнәпкә әнием диярләрме? (Жәмәгать суды бара)” дигән икенче мәкаләсе шул ук елның 10 декабрәндә басылган. 1961 елның 10 январенда 1-нче биттә үк “Казаковлар шәп яши” аналитик мәкаләсе дөнья күргән.

Ф. Әгъзамов тәржемә эше белән дә шөгыльләнгән. Аның тәржемәсендә болгар язучысы Стоян Ц. Даскаловның “Зиатана түти” хикәясе газетаның “Без мәңгегә бергә, Болгария!” битендә басылган (27.01.1961).

Шулай ук язучы Сафа Сабиловның “Туп” хикәясе (13.11.1960) басыла. 20 ноябрь саны “рус жиренәң бөөк жырчысы” Л.Н. Толстойга багышланган, 2-нче биттә аның хақында Хәй Хисмәтуллин, Мәхмүт Максуд, Мирсәй Әмир язмалары да бар. Шул ук елның

27 ноябрь санында чыккан “Әдәбият һәм сәнгать” битендә шагыйрь Гали Хужиевның “Муса турында жыр” шигыре, XVIII гасырда яшәгән төрекмән шагыйре Мәхтүмколый турында шактый тулы мәгълүмат бар.

“Яшь язучылар” бите дә чыгарылган, мәсәлән: Азат Ганиев. “Койма” хикәясе (11.12.1960).

20.12.1960 – “Башкорт драматурглары Казанда” язмасының авторы Мөнир Абдуллин, А.Образцов фотосы урнаштырылган.

21.12.1960 – “Тамашачы заман әсәрләре көтә!” сәхифәсендә Ибраһим Абдуллин, Мирсәй Әмир, Фатих Ибраһимов, Рашад Гайнанов мәкаләләре басылган. 25.12.1960 – Казанга килгән башкорт язучыларына багышлап аерым бит чыгарыла, ул “Жыр китергән дуслар бүләккә, йөрәк тибә кушылып йөрәккә” дип атала: Н. Асанбаев, Надир Даян, Ибраһим Абдуллин, Әнгам Атнабаев, Зыя Әхмәтов әсәрләре бирелгән.

1960 елның 30 декабрдә Такташның туган көненә әзерләнгән махсус биттә Зәет Мәжитовның “Коммунизм жырчысы”, ә 1961 елның 5 январь санында Хатип Госманның “Ерак еллар хәбәрчесе (Н. Такташның тууына 60 ел тулу уңае белән)” мәкаләләре басылган.

1961 елның 1 январь санында Партия һәм Хөкүмәт котлавы белән бер биттә үк филология фәннәре докторы, профессор Мөхәммәт Гайнуллинның “Төкле аягың белән!” дигән бәйрәм котлавы да басылган. (Бу күренешкә игътибар итегез әле: ул чорда фән кешесенең дәрәжәсе әнә нинди зур булган!) Яңа ел котлауларыннан тыш, СССРда акча реформасы башлану, “Яшь ленинчы” газетасы яңадан чыга башлау турында хәбәр ителә. 3-нче биттә Мәрһям Дибәеваның “Яңа урамнар, яңа исемнәр” мәкаләсе, Мәхмүт Хөсәен, Әминә Бикчәнтәева, Хәсән Туфан шигырьләре басылган.

Бөек Ватан сугышы фронтларында татар шагыйрьләре күп һәлак булган. “Әдәбият һәм сәнгать” битендә (6.01.1961) шундыйлардан Мансур Гаяз, Әгъзам Камал, Хәбри Рахман, Мифтах Вәдүт шигырьләре басылган.

1961 елның 10 январь санында Мөхәммәт Гайнуллинның “Ялкынлы публицист (Ф. Әмирханның тууына 75 ел тулу уңае белән)” мәкаләсе басылган.

13.01.1961 – “Куба, Сиңа дуслык сәламе!” битендә Хрущёв Фидельне кочаклаган фоторәсем, Куба шагыйрьләренең шигъри үрнәкләре басылган, Кубаның атаклы балериннары Алисия Альнео һәм Рудольфо Родригес фотосы да бар.

20.01.1961 – “Әдәбият һәм сәнгать” битендә язучы Барлас Камаловның “Якты хисләр (Г. Әпсәләмовның романнарын Ленин премиясенә тәкъдим итү)” мәкаләсе басылган.

Шулай итеп, “Социалистик Татарстан” ижтимагый-сәяси татар газетасы халыкның тормышын тирән чагылдырган, Татарстанда, Советлар Союзында һәм чит илләрдә булган вакыйгаларны тулы яктырткан.

УДК 070.19

К.С. Фатхуллова,

канд. пед. наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

©К.С. Фатхуллова

Э.Н. Денмухаметова

канд. филол. наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

©Э.Н. Денмухаметова

РАЗВИТИЕ ЯЗЫКОВОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

СТУДЕНТОВ-ЖУРНАЛИСТОВ

С ПОМОЩЬЮ ТАТАРСКИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ САЙТОВ

В данной статье дается обзор образовательных интернет-ресурсов, позволяющих дистанционно изучать язык, и найти

необходимую информацию по различным учебным дисциплинам. На примере татарского языка исследуются наиболее популярные среди пользователей образовательные Интернет-ресурсы, которые содержат дополнительные материалы по предметам, преподаваемым на национальном (татарском) языке, а также служат источником для самообразования.

Ключевые слова: интернет-ресурсы, тюркские языки, татарский язык, обучение, самообразование.

This article provides an overview of the educational Internet resources. They allow remote to learn the language, to find the necessary information on the various academic disciplines. For example, the Tatar language studied popular among users of educational Internet resources. They contain additional information on the subjects taught in the national (Tatar) language. They also serve as a source for self-education.

Key words: Internet resources, the Turkic languages, Tatar language, learning, self-education.

Быстрое развитие науки, стремительное обновление информации в современной жизни требуют обновления условий в образовательной среде. Доступность информационной базы через интернет-ресурсы намного обогащает и облегчает труд, как преподавателей, так и обучающихся. Время вносит свои коррективы во все, в том числе и в традиционные методы преподавания и усвоения языков и других дисциплин в системе средне-специального и высшего образования. Общеизвестно, что внедрение новых информационных и коммуникативных технологий расширяет доступ к изучению многих языков, в том числе и редких, формирует систему открытого образования, изменяет представление о возможностях, доступных желающему изучать язык как неродной, так и иностранный. Феномен инновационности охватывает не столько создание и распространение новшеств, сколько характеризует

изменения в образе мышления, жизни, стиле деятельности, которые с этими новшествами связаны. Инновационный процесс в обучении языкам связан с переходом образования в качественно иное состояние, с ревизией устаревших норм и положений, ролей учителя и учащегося, а зачастую и с их пересмотром.

Интернет-технологии стали неотъемлемой частью жизни современного человека. Получение необходимой информации из интернет-ресурсов и использование их для общения расширяют кругозор человека, предоставляют разноаспектные возможности для изучения языков и для журналистов. Вместе с тем наблюдается воздействие Интернета на функционирование и развитие литературного языка.

Образовательные порталы на татарском языке представляют собой современную всеобъемлющую информационную среду, поэтому их использование, равно и их изучение, является важнейшей необходимостью для всех участников учебного процесса с целью совершенствования профессиональных навыков. Они служат развитию и распространению татарского языка – как одного из представителей тюркских языков, вызывают живой интерес у широкого круга интернет-пользователей.

Цель данного исследования заключалась в изучении лингвометодических особенностей материалов таких образовательных порталов, как belem.ru, <http://giylem.tatar>, <http://elbette.ru>, которые являются татароязычными источниками рунета. В работе с помощью описательного метода была проведена процедура первичного анализа и изложения материала, сделан тематический анализ текстов, а также были оценены доступность и стиль изложения материалов. Эти порталы помогают студентам-журналистам найти современные научно-популярные материалы, интерактивные программы по татарскому языку. Через призму интерпретативного анализа была определена специфика различных

вариантов трансформаций, используемых при переводе материалов на татарский язык из других языков.

В настоящее время на тюркских языках разговаривают около 170 млн. человек, которые проживают в разных странах и составляют около 30 народностей. Отрадно, что благодаря интернет–ресурсам современный человек может изучать эти языки с помощью рунета. Например, на официальном сайте www.kazakhtest.kz в онлайн режиме можно проверить свой уровень владения казахским, а изучить его поможет интернет-портал Soyle.kz [1], который предоставляет бесплатные услуги обучения языку. На специальном сайте www.onatili.uz можно обучаться узбекскому языку, где размещены теоретический и практический курсы, онлайн библиотека, а также научные статьи по узбекскому языкознанию [2]. Существует несколько сайтов для самостоятельного дистанционного изучения и башкирского языка. Например, с помощью сайта <http://f13.ucoz.net/> можно выучить язык на начальном уровне [3]. Образцом эффективного и наиболее удобного сервиса для дистанционного обучения является модель онлайн-школы обучения татарскому языку «АНА ТЕЛЕ», которая создана совместно с компанией EF Education First в 2013 году. Она представляет уникальную возможность для интенсивного активного овладения татарским языком как средством межличностного и межкультурного общения. Преимущества дистанционной школы по сравнению с традиционной формой заключаются в том, что обучение имеет коммуникативную направленность и ведется по уровням в соответствии с международными языковыми компетенциями; изучаемый материал представлен наглядно; обеспечена внутренняя обратная связь как механизм самоконтроля. Компьютерная технология предоставляет пользователю возможность индивидуализации и высокой интенсификации обучения [4; 5]. Учебный процесс направлен на развитие коммуникативной компетенции пользователей, которая понимается, как способность

воспринимать, понимать и порождать высказывание на изучаемом языке в рамках конкретной ситуации [6]. Современные условия глобализации часто приводят к исчезновению культуры работы с бумажными носителями. С одной стороны, интернет-технологии позволяют быстро найти информацию, с другой стороны, возникает угроза освоения материала из непроверенного источника. Создание образовательных ресурсов: сайтов, веб-страниц профессионалами по разным научным направлениям является выходом из данной ситуации. Особенно важным для нас является размещение востребованных материалов на тюркских языках.

Выражаем надежду, что данная работа является небольшим вкладом в развитие татарской лингвометодики, этнолингвистики, татароведения и вызовет интерес у студентов-журналистов, пользователей татарских интернет-ресурсов.

В процессе работы использовались следующие методы исследования: сравнительно-сопоставительный и описательный методы, метод сплошной выборки, интерпретативный и контекстуальный анализ. С помощью описательного метода была проведена процедура первичного анализа и изложения материала. С помощью сравнительно-сопоставительного анализа нами был составлен рейтинг полезных и занимательных материалов с каждого источника. Метод сплошной выборки был использован при отборе материала для лингвистического анализа переводных текстов. Контентный и контекстуальный анализы применялись при изучении источников по структуре или существу содержания.

Материалом для исследования послужили тексты следующих интернет-источников: татарский образовательный портал UPR: www.belem.ru, веб-страница проекта Giylem <http://giylem.tatar>, научно-популярный онлайн-портал с видеолекциями <http://elbette.ru>.

Влияние Интернета на различные сферы общественной жизни вызывает постоянный интерес, как в научной среде, так и среди

широких слоев массовой аудитории. Если одни видят положительные стороны интернет-технологий в виде расширения кругозора, стремления к самостоятельному поиску информации, то другие указывают и на отрицательные стороны самостоятельно полученного материала из этих источников. Поэтому следует использовать лишь те источники, где размещена проверенная на достоверность информация. Благодаря им студенты должны действительно обогатить свои познания, получить полную информацию для применения в дальнейшей коммуникации. Татарский образовательный портал belem.ru действует с 2007 года. Со дня создания он оказывает помощь студентам, изучающим татарский язык. Портал содержит много интересного в сфере образования, законодательную информацию, видео- и аудиоматериалы, альбомы. Через портал можно получить информацию о тех мероприятиях, которые организует руководство портала. Здесь содержатся также ссылки на татароязычные сайты СМИ, на материалы Министерства культуры и Министерства образования и науки Республики Татарстан. Портал имеет большой библиотечный ресурс.

Образовательный портал <http://giylem.tatar> функционирует с 2015 года на базе Института филологии и межкультурной коммуникации имени Льва Толстого Казанского федерального университета. Он создан по инициативе талантливой и одаренной молодежи – студентов КФУ. Основная задача портала заключается в ознакомлении широких кругов населения, владеющих татарским языком, с научно-популярными материалами и научными достижениями. На страницах данного портала также можно найти информацию о великих открытиях в области биологии, химии, географии, которые зафиксированы в различных энциклопедиях и научных трудах. Она в основном переведена с русского, английского и турецкого языков. Наряду с научно-образовательными материалами, уделяется должное внимание освещению вопросов

истории и культуры татар, лингвистических особенностей и проблем татарского языкознания. Материалы, опубликованные на данной странице, ориентированы на широкую аудиторию, однако ее активными пользователями являются студенты и более взрослое население. Своеобразной изюминкой данного проекта является активное обсуждение материала в чате, так как пользователи откликаются на публикацию, дают свои комментарии, а иногда и дополняют материал. Вся эта переписка ведется на татарском языке. Лингвистический анализ опубликованных материалов показал, что в переводных текстах встречаются языковые недочеты, в частности, калькированные формы, которые нарушают речевой строй татарского языка. Заметны и сложности в переводе определенных терминов, которые неоднозначно даются в текстах. Но после каждой публикации в комментариях появляются уточненные варианты перевода и рекомендации переводчику. Таким способом пользователи сами вносят коррективы в тексты и исправляют недочеты.

Научно-популярный онлайн-портал с видеолекциями <http://elbette.ru> был создан в 2016 году на примере аналогичных крупных федеральных проектов РФ: «ПостНаука» – научно-популярный проект, содержащий лекции по самым разным областям научного знания, начиная от антропологии до космологии; «Арзамас» – проект, специализирующийся на гуманитарных науках; «Открытый университет» – проект с лекциями о современной культуре и т.д. Онлайн-портал «Әлбәттә» ставит своей целью сосредоточить основное внимание на лекциях по татарскому языку и литературе, истории и культуре татарского народа. Пользователями данного портала являются те, кто интересуется, во-первых, татарским миром, во-вторых, наукой в широком смысле слова. Здесь размещены лекции по актуальным темам татаристики, а также конфессии татар. Они прочитаны видными общественными деятелями, татарскими учеными, археологами, деятелями культуры и искусства на

доступном пользователю научном татарском языке. Среди них историк Рафаэль Хакимов, литературоведы Дания Загидуллина, Альфат Закирзянов, историк-археолог Дамир Исхаков, языковеды Альфия Юсупова, Зоя Кириллова, музыковед Сагит Хабибуллин, музыкант Эльмир Низамов и др. Несмотря на небольшой срок работы, данный портал уже завоевал большую популярность среди пользователей Интернета. Он может заинтересовать не только студентов, но может быть полезен и для широкого круга пользователей рунета. Язык лекций понятен, не насыщен терминологией узкого профиля, что делает материал популярным. Лекции длятся 15-20 минут, что помогает слушателям адекватно воспринимать информацию. Интересно то, что лекторы при объяснении материала по определенной теме высказывают свою точку зрения на данную проблему и оставляют пользователям открытые вопросы для размышления.

Выводы:

1. Образовательные порталы на татарском языке отвечают реалиям сегодняшнего дня и предоставляют студентам возможность получить интересующую их информацию в доступной форме, совершенствовать коммуникативные умения и углублять лингвистические знания для формирования у них речевой, языковой и социокультурной компетенций. Они содержат дополнительные материалы по различным учебным дисциплинам, преподаваемым на татарском языке, а также служат источником для самообразования.

2. Исследованные в данной работе татарские образовательные порталы отличаются как форматом, так и содержанием. Каждый из них востребован соответствующей аудиторией и предоставляет возможность получить актуальную информацию на татарском языке по различным аспектам татароведения, по предметам гуманитарного и естественнонаучного блоков. Отдельные порталы являются

площадкой для высказывания своей точки зрения по актуальным вопросам татарского языкознания.

3. Современные информационные технологии становятся неотъемлемой частью образовательного процесса, так как использование интернет-ресурсов способствует его интенсификации и совершенствованию, повышению его качества и результативности. Как современная образовательная модель они предоставляет возможность студентам открывать новые ценности, расширять лингвистический кругозор и развивать коммуникативную культуру. Они доступны и экономичны в отношении затрат времени; разнообразны и красочны в плане подачи материала и обеспечивают одновременно его зрительное и слуховое восприятие. Они соединяют в себе многообразные виды информации: видеоматериалы, тексты, графика, анимация и звучащая речь.

Литература:

1. Онлайн курс казахского языка [Электронный ресурс]. URL: www.soyle.kz (дата обращения: 18.05.2017).

2. Дистанционное обучение узбекскому языку [Электронный ресурс]. URL: <http://www.wscheck.net/www.onatili.uz?projectName=urladviser> (дата обращения: 18.05.2017).

3. Башкирский сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://f13.ucoz.net/> (дата обращения: 18.05.2017).

4. АНА ТЕЛЕ EF [Электронный ресурс]. Онлайн-школа «АНА ТЕЛЕ». URL: <http://anatele.ef.com> (дата обращения: 18.05.2017).

5. Фатхуллова К.С. Дистанционные технологии в обучении татарскому языку // Татарика, 2016. № 1(6). С 189–194.

6. Fatkhullova K.S., Kirillova Z.N., Yusupova A.S. Linguo-didactic peculiarities of Tatar language teaching course // Life Sci J, 2014, № 11(8), pp. 507–511.

З.М. Хафизова

МБУДО «Центр детского творчества пос. Дербышки»

г. Казань, Россия

©З.М. Хафизова

Л.М. Антонова

МБУДО «Центр детского творчества пос. Дербышки»

г. Казань. Россия

©Л.М. Антонова

**ВАКЫТЛЫ МАТБУГАТ ЧАРАЛАРЫ АША ПЕДАГОГИК
ПРОЦЕССТА УКУЧЫЛАРНЫҢ ИЖАДИ ЭШЧӘНЛЕГЕН
ОЕШТЫРУ**

В статье авторы излагают методы и приемы организации творческой деятельности учащихся в педагогическом процессе. Выдвигается тезис о необходимости взаимосвязи процесса обучения детей с их ознакомлением с детскими изданиями на родном языке. Наибольший эффект при изучении языкового материала достигается при использовании материалов из газет и журналов. В статье излагается опыт привлечения детей к творческому процессу по созданию медийных продуктов.

Ключевые слова: педагогический процесс, творческая деятельность, детское издание, газета, журнал.

In the article the author describes the methods and techniques of organization of creative activity of students in the pedagogical process. The thesis about the necessity of interrelation between the process of teaching children and their familiarization with children's publications in their native language is put forward. The greatest effect in the study of language material is achieved by using materials from Newspapers and magazines. The article describes the experience of involving children in the creative process of creating media products.

Key words: the pedagogical process, creative activity, children's edition, newspaper, magazine.

Вақытлы матбугатка язылуға укытучыларны, укучыларны тарту әдәби-ижат берләшмәсенә һәрчак игътибар үзәгендә. Берләшмә утырышларында матбугат конференцияләре, журналистлар белән очрашулар еш була. “Безнең мирас” журналы хезмәткәрләре катнашында узган кичә дә ижади эшчәнлек шартларында узды. Мәктәпләрдә “Сабантуй”, “Ялкын”, “Казан утлары”, “Безнең мирас”, “Мәгариф” журналлары, күп төрле газеталар алдыралар. Республиканың төп газетасы “Ватаным Татарстан” газетасын төрле яклап өйрәнәп, фәнни-гамәли конференцияләр өчен докладлар әзерлиләр. Быел бу газетаның оешуына 100 ел була. Бу жәһәттән “100 еллыкка – 100 подписка” акциясе старт алды. Укучылар “Ватаным Татарстан” газетасына теләп язылдылар, башкаларны да өндәделәр.

“Ватаным Татарстан”(алга таба “ВТ”), үзәк газета буларак, халыкка яңалыкны беренче булып житкәрә. Ул – мәгълүматка бай, информатив басма. Интервью – газета хәбәрчеләре өчен иң кулай мәгълүмат жыю чарасы. Махсус рубрикалардан тыш, төрле сәхифәләр дә интервьюга бай. Мәсәлән, “Гаилә”, “Яшелчә”, “Сәламәтлек” дигән даими сәхифәләрдә интервьюга зур урын бирелә. Беренче биттәге “Сораштыру” рубрикасында теге яки бу яңалыкка, үзгәрешкә карата халык фикере урын ала. Бу укучыларга якынаю юлы да.

Педагогик процесста укучыларның ижади эшчәнлекләрен оештыру, аларны ижат дигән тылсымлы да, катлаулы да дөньяга алып керү укытучыдан зур ихтыяр көче, талант, үз эшенә бирелгәнлекне таләп итә. Ижат итәргә теләү, башкаларга әйтер сүзәң, үз фикерең булу – болар барысы да кече яшәтән үк бала тормышының бер омтылышы булырга тиеш.

Бу мәкаләдә укучыларның ижади сәләтен үстерүгә, ижат итәргә омтылыш тудырырга юнәлтелгән эш тәҗрибәбез белән уртаклашырга теләим.

Педагогик процесста ижади эшчәнлекне оештыру турында сөйләгәндә, түбәндәгеләрне билгеләп үтү максатка ярашлы булыр: ижади эшчәнлеккә тартуның аерым шартларын исәпкә алу (яшь аерымлыклары, психологиясе, мәктәпнең яисә сыйныфның төре); укучыларда уңай сыйфатлар тәрбияләү, ижади эшчәнлекне тәрбия һәм белем бирү чарасы итеп карый торган махсус методик мәсьәләләр (ижади эшчәнлеккә тартканда, дөньяга караш, әдәп - әхлак, кешеләр арасындагы уңай мөнәсәбәتلәр, туган илгә, телгә мөхәббәт һәм башкаларны тәрбияләү кебек темалар); ижади эшчәнлеккә тарту буенча педагогик процессны оештыру (дәрәс-сәяхәт, дәрәс-фикерләмә, дәрәс-ижат итү, сыйныфтан тыш эшләр системасы, ижат кичәләре); теоретик мәсьәләләр (әдәбиятта, журналистикада жанрлар системасы, сәнгать үзенчәлекләре, әдәби әсәрләрнең телен, стилин өйрәнү һ.б.).

Тирән белемле, үз эшенең чын остасы булган, ижади фикерләүче, яңа карарлар кабул итәргә, аларны тормышка ашырырга сәләтле буын тәрбияләү - педагогик процесстың әһәмиятле бурычы.

Педагогик процесста укучыларның ижади эшчәнлекләрен оештыру, аларны ижат дигән тылсымлы да, катлаулы да булган дөньяга алып керү укытучыдан зур ихтыяр көче, талант, үз эшенә бирелгәнлекне таләп итә. Ижат итәргә теләү, башкаларга әйтер сүз, үз фикерең булу – болар барысы да кече яшьтән үк бала тормышының бер омтылышы булырга тиеш.

Бала дөньяга килгәндә жәмгыять аерым бер үсеш баскычыны ирешкән була. Шул жәмгыять законнарына буйсынып, яраклашып яшәү өчен, шәхескә күп нәрсәне өйрәнергә, белергә, аңларга, истә калдырырга кирәк. Ул моны үзе генә эшли алмый, аңа педагогның ярдәм итүе зарури. Мәдәнияткә төшенү, гыйлем туплау ике кешегә - педагог һәм баланың ижади эшчәнлегенә бәйле. Моның өчен

укучының укытучыга хөрмәт белән каравы, аңа ышануы, аңа тартылуы шарт. Психологлар кешедәге билгеле бер сыйфатларга баланың югары бәя бирүе шәхес формалашуда зур роль уйный дип карыйлар. Башкача әйткәндә, шәхес формалашу кешедәге теге яки бу сыйфатларга карата балаларның мөнәсәбәтенә турыдан – туры бәйле дип танылар.

Һәрьяклап гармонияле үскән шәхеснең мөһим күрсәткече – аның югары дәрәжәдә фикер йөртү сәләтенә ия булуы. Без бу төшенчәгә укучының интеллекты үсешен дә аның фикер йөртү, ижади сәләтләре үсешен дә кертәбез

Укучыларның ижади активлыгын үстерү – педагогик эшчәнлектә иң мөһим мәсьәләләрнең берсе. Укучыларны ижади эшчәнлеккә тарту – укытуда бертөрлелекне, пассивлыкны кисәтүдә, мөгаллим белән укучы дуслыгын, үзара аралашуны аңлашуны ныгытуда, укучы шәхесен үстерүдә хәлиткеч һәм әһәмиятле алым буларак карала. Чөнки ижади фикер йөртүче, нинди генә шартлардада югалып калмаучы, үзенең ныклы фикере, ачык күзаллавы булган шәхес тәрбияләү – күнүзәк мөһим бурыч. Бүгенге жәмгыять тормышының барлык яклары яңару шартларында һәрьяклап тирән фикер йөртә торган, көчле, социаль актив, ижади, карарларны мөстәкыйль кабул итәргә һәм аларны гамәлгә ашыру өчен җавап бирергә сәләтле шәхескә ихтыяж бик нык үсте. Мәнә шуна күрә ижади шәхес тәрбияләүнең әһәмияте тагын да артты.

Укучының ижат итү сәләте күп очракта дәрестә ачыла. Моның өчен кулай алымнар кулланырга, алдынгы тәҗрибәдән файдаланырга, бар көчеңне, сәләтеңне тупларга кирәк. Дәрәс бала тормышының гүзәл бер мизгеле булырга тиеш. Шул очракта гына ижади эшчәнлек өчен уңай шартлар, мөмкинлекләр тудырып була.

Шигърият дигән тылсымның серләренә төшендерү, кызыксыну уяту татар теле һәм әдәбияты дәрәсләренең игътибар үзәгендә

булырга тиеш. Бу эшне башлангыч сыйныфтан ук башлап жибөрү үзенен матур нәтижеләрен бирә.

Балаларның кечкенә генә ижат жимешен дә күреп алып, вакытында юнәлеш бирү, аны башкаларга житкерү алымнарын табу – ижади активлыкка ирешүнең нигезе. Укучыларның ижади эшләрэн туплап, аерым темалар буенча шигъри бәйләмнәр “китапчыклар” төзибез. Башлангыч сыйныфларда ук шундый китапчыкларда үзенен шигырьләрен “чыгара алган” укучыны яшь хәбәрчеләр түгәрәгенә бик теләп кабул итәбез.

Укучыларга рифма, ритм, шигырь төзелеше турында мәгълүмат биргәч, төрле гамәли чаралар үткәрәбез. Аларны һәр дәрестә өлешчә, яисә тулысынча да кертеп жибәергә була.

Мәсәлән, фонетика бүлеген өйрәнгәндә, бик күп ижади эш төрләре бирәбез. Иренләшкән сузыклар гына кулланып сүзләр язарга. Мәсьәлән: тормыш, колын, толым, төтен, төзү, төзелеш һ.б. Некчә яки калын сузыклар кертеп 5-6 сүздән жөмлә төзөргә. “Күңелем нечкәрәп, үзөгем өзгәләнгәндә, сине генә көтәм, сине генә эзим, әнием”. “Туган якның бар матурлыгы тормышыбызны баета”. Яңгырау тартыкларны гына кертеп жөмлә төзөргә: “Минем газиз жирем, нинди ямьле, нурлы ул!”

Мондый төрдәге эшләрен лексика бүлеген өйрәнгәндә дә эшлэтәбез. Укучылар аеруча омонимнардан рифмалар ясаган шигырь язарга яраталар. Бу эшне шигырь язуга сәләте булмаган балалар да кызыксынып, яратып үтиләр.

Түбәндәге алым дә укучыларны үзара киңәшләшеп, аралашып ижат итәргә тарта. Берәр шагыйрьнең укучыларга билгеле булмаган шигырь юлларын алып, беренче ике юлын тәкъдим итәм һәм шуны дзвам итәргә кушам. Укучылар бергәләп ритм, рифманы тоеп, шигырь юлларын жиңел генә төгәлләп куялар.

Шуларны истә тотып, укучыларны хыяллана белергә өйрәтүдә төрле алымнар кулландык. Дәрәсләрдә үтелгән әсәрләргә бәя биреп,

аларны күңелләре аша үткәреп, үзләренчә өстәмәләр кертергә тәкъдим ителә. Мәсәлән, төп геройның язмышын башкачарак күзаллау, үзеңне аның дуслы итеп сурәтләү, аңа үз теләк – тәкъдимнәреңне житкерү. Әсәрдә булган вакыйгаларның урыннарын, вакытын үзгәртү (авылдан – шәһәргә, яисә киресенчә, үткәннән - бүгенгегә, киләчәккә).

Әдәби әсәрең дәвамын язу, андагы төп каһарманнарның киләчәк язмышын күзаллау, үзеңне аның урынына куеп сурәтләү, “Мин язучы белән килешмим”, “Ә мин болай уйлыйм” дигән темаларга ижади эшләргә укучылар бик теләп башкаралар.

Укучыларны кирәкле вакыйгаларны үз вакытында күрә белергә өйрәтү белән бергә, факт һәм вакыйгаларның асылына төшенергә, тормышыбыздагы кайбер күренешләрең сәбәпәрән ачыкларга, проблемаларны чишәргә тарту да ижади эшчәнлекнең әһмиятле буыннары.

Укучыларны аралашу осталыгына өйрәтүне дә күз уңыннан югалтырга ярамый. Чөнки дәрәс итеп аралаша белү, аралашу осталыгына ия булу яшь ижатчы өчен аеруча мөһим. Шунисына басым ясап әйтәсе килә: сыйныфтан тыш чараларны оештырганда, гомумән, укучыларны ижади эшчәнлек белән кызыксындырганда, татар теле һәм әдәбияты укытучысының сыйныф житәкчесе, балаларның ялын оештыручылар, өстәмә белем бирү мөгаллимнәре, мәктәп психологы белән бергәләп эшләве мөһим. Укучыларның нәрсәгә сәләтле булуын ачыклауда психологның ярдәме зур. Ул һәр балага аның фикерләү үзенчәлегә, нәрсә белән кызыксынырга кирәклегә, һәвәслегә, нинди һөнәр сайларга мөмкин булы турында киңәшләр бирә. Сыйныф житәкчесе һәр укучының белем тупларга, ижатның төрле тармаклары буенча шөгыйльләнергә ни дәрәжәдә сәләтле булуы, тәрбиялелек дәрәжәсе, холык үзенчәлегә, тирә - яктагы кешеләр, яшәтәшләре белән мөнәсәбәте, кызыксынуы, жәмгыять активлыгы турында да мәгълүматлар туплай. Үз чиратында алар эти-әниләр белән дә уртаклаша. Шулай итеп,

укучыларны инади эшчәнлеккә тарту аларны тормышка әзерләү мәктәбе дә булып тора.

1. Педагогик процесста укучыларның ижади эшчәнлеген оештыру – бүгенге жәмгыяттә бара торган үзгәрешләр, үсеш таләбе.

2. Ижади фикер йөртүгә тарту өчен, укытуның актив формаларын кертү, һәр укучыга шәхси якын килү мөһим.

3. Ижади эшчәнлекне оештыру формаларын, педагогик процессны, укытучыларның квалификациясен, ижади мөмкинлекләрен бербөтен итеп карарга кирәк.

4. Ижади эшчәнлекнең төрле формаларын куллану укучы шәхесен үстерүнең нигезе булып тора. Аның уңышлы чыгуына аерым педагогик шартлар йогынты ясый. Боларга укучыларның сәләт-мөмкинлекләрен ныклап ачу, укытучы белән укучының бердәм ижади эшчәнлеге, ижади атмосфера булдыру (үзара аңлашу, ышаныч, ярдәмләшү, үз көченә ышану, уңышка ирешү, ижади эш казанышларын башкалар белән дә уртаклашу һ.б.) керә.

Бу жәһәттән, укучыларның вакытлы матбугат чараларын даими күзәтеп баруларына, кызыклы, файдалы мәгълүматны таба, хисси кабул итә белүләренә ирешү мөһим. Газета-журналларда жанр мәсьәләсе, аларның бизәлеше, төрле рубрикаларда язмаларның бирелеше дә игътибар үзәгендә булырга тиеш.

“ВТ” газетасы – Дәүләт карарларын, указ, законнарны татар телендә бастыручы бердәнбер басма. Безнең фикеребезчә, бер үк вакытта дәүләткә буйсынып, кешеләр мәнфәгатен кайгырту жиңел түгел. “ВТ” газетасы бу яктан уникаль дисәк, ялгыш булмас. Әлбәттә, газетада төрле жанрлар системасының урынлы кулланылуы, укучы фикерен даими өйрәнү, талантлы коллектив туплый алу да халыкка якын булу өчен мөһим.

“ВТ” газетасы соңгы елларда күп үзгәрешләр кичерде. Яңа рубрикалар ачылды. “Сораштыру” рубрикасы да исемен үзгәртте. Берничә ел элек ул “Көнүзәк мәсьәлә” исеме астында басыла иде.

“Сораштыру” рубрикасының төп максаты – жәмгыять тормышында әһәмиятле булган, көн рубрикасында төрле темаларга язмалар басыла. Алар арасында Дәүләт Думасы чыгарган карарларга карата компетентлы шәхес фикерләре, шулай ук гади, яшәеш темалары да урын ала. “ВТ” газетасы үзәк газета булганга, информацияне оператив рәвештә бирергә тиеш. Кайвакытта әлеге информация - нәкъ кадагына суккан темага төрле кешеләрнең фикерен белү ул. Гомумән алганда, бу фикерләр “Сораштыру” рубрикасында урын ала. Анда бердәнбер сорау өлеше һәм аңа турыдан-туры бәйлә берничә жавап өлеше бар.

“ВТ” газетасында интервью жанрына киң урын бирелә. Аның традицион төрләрен даими кулланыла. Шунның белән бергә яңа рубрикалар да игълан ителә. “Туры элемтә” рубрикасы – “ВТ”да чагыштырмача яшь рубрикаларның берсе. “Урындагы кешеләргә – урынсыз сораулар” дип атала ул. Бу сәхифә газетаның 2009 нчы ел 27 май санында игълан ителә. Атамадан аңлашылганча, жаваплы вазифа биләүчеләргә мөрәжәгать итеп, журналистлар аларга көтелмәгән сораулар бирмәкчеләр. Искәртеп үтүбезчә, “Туры элемтә” дә чагыштырмача яңа сәхифә. Башка рубрикаларда, аннан аермалы буларак, гади халык белән дә әңгәмә үткәрелсә, әлеге рубрикада төрле житәкчеләр белән генә әңгәмә оештырыла. Шунысы игътибарга лаек: мондый типтагы әңгәмәләр сирәк уздырылса да, алар алдан әзерләнәп, зур тырышлык куеп башкарыла. “Туры элемтәгә” керәчәк шәхес хакында берничә атна алдан хәбәр ителә. Аның фоторәсеме, эш урыны, нинди жаваплы пост биләве күрсәтелә. Нинди максатларны күздә тотып чакырылуы да искәртелә.

“ВТ” газетасының халыкчанлык принцибына тугры калуы шундый “Туры элемтә” кебек төрләренә булдыруда, традициягә кертүдә дә ачык чагыла. Чөнки бу рубрикада сорауларны гади укучы үзе бирә. Газета укучы тормышның төрле өлкәләренә караган четерекле, көнүзәк мәсьәләләренә бу юнәлештә дәрәжәле фикер әйтердәй шәхесләргә житкерә. Алар үз чиратында сорау бирүченең

Һәр сорауына урынлы, гадел, төгәл җаваплар биреләр. Җаваплы пост биләгән кешенең киләчәген ике-өч атна алдан хәбәр итеп куя, килүенең максатларын аңлату, берничә телефон номерын бирү аралашуны җиңеләйтә. Шул ук вакытта җавап бирүчегә икеләтә җаваплылык өстәлә. Аның җаваплары газета битләрендә урын алачак. Димәк ул берьюлы никадәр укучы белән элементгә керә дигән сүз. “ВТ” газетасында даими һәм вакытлы рубрикалар бар. Алар арасында “Яңа көн - яңа хәбәр”, “Ишетми калмагыз”, “Соңгы сәгатьтә” кебек хәбәри рубрикаларда интервью бөтенләй кулланылмый дисәк, ялгыш булмас. Чөнки бу рубрикалар булган вакыйганы оператив рәвештә хәбәр итә. Интервью хәбәри жанр булса да, монда мәгълүмат яңалыкны булдырган яки вакыйганы күзәткән кеше аша бирелә. Ә алдан санап киткән рубрикаларда исә күбесенчә тик коры мәгълүмат, фактлар гына урын ала.

Газетаның башка рубрикаларында интервью жанры еш кулланыла. “Мәсьәләгә бер караш”, “Иҗат кешеләре”, “Мөнәсәбәт”, “Борчылу”, “Милләт кайгысы”, “Фикер” рубрикалары шундыйлардан. Күп кенә интервьюлар тормышыбыздагы мөһим фактларга, вакыйгаларга, күренешләргә төпле аңлатма бирү максатында языла. Белгеч киңәшләре да газетада интервью формасында еш урын ала. Интервью-диалогта журналист белән интервью бирүче арасында урнашкан мөнәсәбәتلәр чагылыш таба. Бер төрле интервьюда алар, үзара дустанә мөнәсәбәт урнаштырып, ачыктан-ачык һәм иркенләп сөйләшсәләр, икенчесендә (мәсәлән, тәнкыйди характердагы интервьюда) әңгәмәдәшләр арасында ераклык саклана һәм мондый очракта журналист темадан читкә тайпыла алмый, әңгәмәне жанландыру алымнарына да бик еш мөрәҗәгать итми. Төрле дәрәжәдәге кешеләр белән рәсми темага интервьюлар оештырганда да, гадәттә, алдан әзерләнгән сорауларны бирү белән генә чикләнәләр. Ә инде әңгәмәне жанландырырга, әйтик, шәхсирәк пландагы сораулар бирергә мөмкинлек туа икән, аны да

кулдан ычкындырмыйлар. Темасы мөмкинлек биргән очракта интервью алучы журналистның үз фикерләре белән уртаклашуы, үзенң позициясен ачык белдерүе язманың нәтижәлелеген күпкә арттыра. Интервью бирүче кеше генә түгел, журналист та кызыклы идеяләр, эшлекле тәкъдимнәр әйтергә мөмкин.

Югарыда искәртеп үтелгәнчә, укучылар “Ватаным Татарстан” газетасына язылдылар. Ул үзәк газета буларак, халыкка яңалыкны беренче булып житкерә, мәгълүматка бай, информация басма. Әдәби иҗат берләшмәсендә шөгыйльләнүчеләр өчен никадәр бай майдан, тәҗрибә мәктәбе булып тора.

Матбугатның тәэсирле сүзен өстәмә белем бирүдә кин кулланык!

Әдәбият:

1. Молдавская Н.Д. Литературное развитие школьников в процессе обучения. М., 1976.
2. Спирина Н.А. Журналистика в школе. Волгоград, 2011.

УДК 070.11

З.М. Хафизова,

учитель высшей категории,

Татарская гимназия № 11 Советского района г. Казани

г. Казань, Россия

© З.М. Хафизова

А.Х. Шихабиева

учитель начальных классов,

Татарская гимназия № 11 Советского района г. Казани

г. Казань, Россия

© А.Х. Шихабиева

**УКУТУЧЫНЫҢ ҺӨНӘРИ ОСТАЛЫГЫН КҮТӘРҮДӘ
РИЗА ФӘХРЕДДИННЕҢ ПЕДАГОГИК МИРАСЫН КУЛЛАНУ**

Авторы рассматривают педагогическое наследие просветителя Ризаэддина Фахреддина как одно из условий совершенствования педагогического мастерства учителя, и уделяют большое внимание формированию национального самосознания при помощи средств массовой информации.

Ключевые слова: педагогическое наследие, педагогическое мастерство, нравственность, воспитание, национальное самосознание, национальное воспитание, средства массовой информации.

Authors consider the pedagogical legacy of the illuminator of Reseeding of Fakhraddin as one of the conditions of improvement of pedagogical skills of teachers. The authors pay much attention to the formation of national identity through the media.

Key words: pedagogical heritage, pedagogical skills, morality, upbringing, national identity, national education, the mass media.

“Балачакта алган тәрбияне соңыннан
бөтен дөнья халкы да үзгәртә алмас.”

Риза Фәхреддин

Мәдәниятнең асылын гомумкешелек кыйммәтләре тәшкил итә. Үз туган телен, мәдәниятен яхшы белгән кеше башкаларныкын да хөрмәт итә. Татар телен мәктәптә генә өйрәтәп, матур нәтижәләргә ирешеп булмый. Бары тик гаилә белән кулга-кул тотынып эшлэгәндә, ата-ананы файдалы хезмәттәшлеккә тартканда гына максатлар чынга аша.

Ризаэддин аганың фәнни эшчәнлегенә гаять күпкырлы. Ул – тарих, әдәбият, философия, тел гыйлеме, география һәм фәннең башка күп тармаклары буенча тирән эчтәлекле фәнни хезмәтләр ижат иткән галим. Борынгы Болгар заманыннан алып XX йөз башына кадәр булган шәхесләр турында бай мәгълүматлар тупланган “Асар”, “Болгар вә Казан төрекләре”, “Казан ханнары”, “Алтын Урда ханнары” һәм башка хезмәтләре әлегә кадәр тарихчылар һәм тел укытучылары өчен кыйммәтле белешмә чыганак ролен уйный.

Ризаэтдин Фәхреддин аеруча рухи-әхлакый сыйфатлар тәрбияләүдә гаиләнең зур роль уйнавын ассызыклай. Бу урында күпкырлы талант иясенен акыллы сүзләрен искә төшерү яхшы булыр: “Гаилә өчен куела торган кагыйдәләренә элегрәк белеп, вакыты житкәндә аларны кулланган кешеләр үз гаиләләрененә әдәп вә сәясәт хәлләрен күркәм рәвештә төзерләр, икенче төрле әйткәндә, “гаилә” дип аталган кечкенә дәүләтне идарә итү юлларын табарлар. Бу сәбәптән, азмы-күпме яшәячәк гомерләре, хәтта мәшәкать эчендә булса да, рәхәт үтәр, санаулы булган сәгәтьләре дә бәрәкәтле булыр”. Шул вакытта галим безне кисәтеп куя: “Гаилә – кагыйдәсез булса, яки булган кагыйдәсә бозылса, аның яман тәэсире бөтен милләткә таралыр, вә шул сәбәпле өстенлек урынына- түбәнлек, алгарыш урынына – артта калу нигез корыр”. Әйе, гаиләдәге әхлакый мөнәсәбәтләр кеше күңеленә гомерлек эз салып калдыралар; алар, гадәттә, артык нечкә һәм даими булалар; әлегә мөнәсәбәтләр барлык әхлакый мөнәсәбәтләненә нигез ташына әвереләләр.

Ризаэддин Фәхреддиннең моннан бер гасыр элек язылса да, бүгенге көн өчен әһәмиятен югалтмаган “Әдәбе тәгълим” (“Укыту кагыйдәләре”) китабында гыйлем алу һәм гыйлем бирүчегә бик югары бәя бирелә, чөнки бу хезмәттә борынгы иң изге һөнәрнең бөтен нечкәлекләре ачылган. Ризаэддин Фәхреддиннең күп кенә хезмәтләрендә укытучы-мөгаллимнең шәхес, акыл иясе, рух, гүзәл холык тәрбияләүче кеше булырга тиешлеге ассызыклана. Аның фикеренчә, гүзәл холыкның нигезендә гаделлек ята. Хәзерге вакытта да бу хезмәттән файдалану бик отышлы, шуңа күрә дә бу хезмәт һәркемнең өстәл китабы булырга тиеш. Автор дистәләрчә гасырлар дәвамында болгар-татар гаиләсендә яшәп килгән, көндәлек гамәлдә булган халык педагогикасы алымнарына, укытучы-тәрбияче буларак үз тәҗрибәсеннән алып баеткан укыту-тәрбия чараларын кушып, төрле буын укучы балаларның физиологик, психологик, акыл

үзенчәлекләрен истә тотып, һәрберсенә аерым якын килү юлы белән эш итәргә кирәклеген өйрәтә.

Ризаэддин Фәхреддин бу китабының башыннан ахырына кадәр укытучыларга киңәшләр язган. ”Мөгаллимнең гүзәл холык иясе булуын никадәр тиеш булса – мөгаллимнәргә тиеш булачак мәгълүматны белүе, мөгаллимлек итүгә кодрәте-куәте булуы тагын да артыграк тиешдер... Тәрбия гыйлеме кебек бөек һәм изге бер фәнни кагыйдәләренән хабәрдар булалар, аңлылык белән хәрәкәт итүе зарур булып”.

Бөек галимебез укытучы булган кешенең гыйлемгә һәм галимнәргә гадәттән тыш олы хөрмәт һәм мэхәббәт күрсәтергә тиешлеге турында яза. Гыйлемне хөрмәт итүнең һәм яратуның бөек дәлиле итеп хөрмәтле затлар һәм борынгы бөек бабайлар юлында йөрү, алар кебек гүзәл холыклы, бигрәк тә, гыйлем әһленә ярамы торган нәрсәләрдән ерак торуны саный. Көнчелек, явызлык, үзен генә ярату – һәркем өчен бик начар сыйфатлар булган хәлдә, укытучылар өчен бик олы гаеп саналган.

Укытучы – ижади шәхес. Аның хезмәте һәрдаим белемне, педагогик осталыкны арттыруны, эзләнүне таләп итә. Хәзерге заман укытучысы тел һәм әдәбият укыту методикасындагы яңалыклар, үзгәрешләр белән танышып барырга, яңа метод һәм алымнарны, эш ысулларын үз эшчәнлегендә кулланырга бурычлы. Хәлбуки, татар телен һәм әдәбиятын укытуга караган хезмәтләр дөнья күрә торса да, алар һәр юнәлешне тиешле дәрәжәдә иңләп бетерә алмыйлар. Күп кенә очракларда конкрет фәнни-методик мәсьәләләргә чыгу укытучының үзенә кала.

Күренекле мәгърифәтче, галим, педагог Ризаэддин Фәхреддин хезмәтләрен укыту-тәрбия эшендә куллану тәҗрибәсеннән:

1. “Без татарлар, телебез татар теле...” – башлангыч сыйныф укучылары катнашында эшлекле әңгәмә. (Р.Фәхреддин хезмәтләре: “Болгар вә Казан төрекләре”, “Алтын Урда ханнары”, “Ваган вә милләт” һ.б.).

2. “Үткәнен белмәгәннең киләчәге юк” укучылар өчен әдәби викторина (Р.Фәхреддин хезмәтләре: “Болгар вә Казан төрекләре”, “Алтын Урда ханнары”, “Ватан вә милләт”, “Казан ханнары”).

3. “Гыйлемлелек – бер ләззәттер” – китап сөючеләр конференциясе (Р.Фәхреддин “Нәсыйхәт”, “Гыйлем”, “Китап вә уку”, “Гыйлем әдәпләре”).

4. “Эчкечелек – заман афәте” – ата-аналар, жәмәгатьчелек катнашында түгәрәк өстәл (Р.Фәхреддин “Исерткеч эчү”, “Исерткеч эчүдән булган зарарлар”).

5. “Әйтер сүзем бар” – ачык сыйныф сәгәте (Р.Фәхреддин “Нәсыйхәт”, “Тәрбияле бала”, “Шәкертлек әдәбе” һ.б.).

6. “Холкың нинди – язмышың шундый” – ата-аналар катнашында эшлекле сөйләшү (Р.Фәхреддин “Нәсыйхәт”, “Тәрбияле бала”, “Шәкертлек әдәбе” һ.б.).

7. “Тәрбияле бала – гаилә горурлыгы” – ата-аналар катнашында түгәрәк өстәл (Р.Фәхреддин “Тәрбияле ана”, “Хатын әдәпләре”, “Нәсыйхәт”, “Тәрбияле бала”, “Шәкертлек әдәбе”).

Шулай ук милли үзәк тәрбияләүдә татар медиа киңлегә чараларыннан да урынлы файдаланырга, аларны белем бирү һәм тәрбия процессына кертәп жиберергә кирәк.

Шунысы мөһим: укучыларны вакытлы матбугатка яздырырга кирәк. Яшь үзгәчлекләреннән чыгып, һәр сыйныфта берничә исемдәге газета-журнал алдырабыз. Сыйныф сәгәтләрендә, сыйныфтан тыш чараларда укучы үзгәчлекләреннән бер санына реклама ясай. Газета мөхәррире, күренекле журналист ролендә булып, укучылар язган шигырь, мәкаләләренә редакцияләү, газетада чыгарырга дип “рәхсәт бирү” кебек практик уеннар да балаларга бик ошый. Югарырак сыйныфларда “Үткен каләм остасы”, “Минем яраткан журналистым”, “Яшьләр тормышын яктырткан иң шәп язма” кебек темаларга түгәрәк өстәл янында сөйләшүләр, ижади язма эшләр уздырабыз. Күренекле язучылар, шагыйрьләр (аларның күбесе

редакцияләрдә эшли) белән очрашулар да укучыны мавыктыра. Йолдыз Шәрәпова, Әхәт Сафиуллин, Рәдиф Гаташ, Әхмәт Гадел һ.б. катнашында узган әдәби кичәләр берәүне дә битараф калдырмады. Әлеге очрашулар хакында газетага мәкаләләр яздылар, үзләренен ижат жимешләре белән таныштырдылар.

Гимназиядә матур бер традиция яши: тел һәм әдәбияттан олимпиадада жиңү яулаган укучы татар телендә чыгучы газетага подписка белән бүләкләнә. Гимназия укучылары “Сабантуй”, “Татарстан яшьләре”, “Шәһри Казан”, “Ватаным Татарстан”, “Мәгърифәт” газеталарын алалар. Тел һәм әдәбият дәресләрендә вакытлы матбугаттан файдалануның мөһимлеген тагын бер үзенчәлек белән дә ныгытасым килә. Әдәбият белән матбугат күперенен төп уртак сыйфатларының берсе-ул ике тарафның да бердәй коралы ана телебез булу. Ул, чыннан да, уртак, чыннан да, бердәнбер корал. Аннан башка әдәбият та була алмый, матбугат та юк, милләт тә юк. Димәк, ана телен яшәтү, аны корал буларак чарлау, камилләштерү, баету-ике тарафның да изге бурычы-вазыйфасы, көндәлек эше. Татар теле һәм әдәбияты укучысының төп максаты – укучыны ана телебезнең бөтен байлыгын оста кулланырлык, ана телебез өчен горурланырлык, һәр әсәрне укыганда, тел байлыгын куллану сабагын алырлык итеп укуту, шул байлыкны укучы күңеленә сәңдерү.

Газета-журнал редакцияләрендә булу, аларның ничек әзерләнүен күрү, журналистлар белән аралашу да укучыларны вакытлы матбугат белән кызыксындыруда мөһим чара. Без “Татарстан яшьләре”, “Сабантуй”, “Шәһри Казан” газеталары редакцияләрендә еш булабыз. Вакытлы матбугат – киң төшенчә (искәртеп китик: бу атама-термин эчендә без киңкүләм мәгълүмат чараларының, – радио, телевидениене дә кертеп, – барысын да күздә тоталар).

Һәр укучы педагогик эштә югары нәтижеләргә ирешергә омтыла. Сүз уңаеннан шуны әйтергә кирәк, әдәбият дәресләре зинһәгә мәгълүмат өстәү белән генә чикләнми, хискә дә йогынты ясый.

Этномәдәни үсешнең күп факторлары арасыннан телевидение универсаль, киң колачлы, комплекслы булуы, оператив эшчәнлегә белән аерылып тора. Ул милли үзаң формалаштыруда зур роль уйный.

“Татарстан – Яңа гасыр” телеканалы Татарстанда һәм аннан читтә яшәүче татарларның милли-мәдәни үзаңын үстерү юнәлешендә күпкырлы эш алып бара. Тупланып яшәүче милләттәшләребезне милли, мәдәни, тарихи аң дәрәжәсендә берләштерә. Шуңа күрә укучыларны татар телендә чыгучы тапшырулар белән мавыктыру, кызыксындыру бик әһәмиятле.

Милли үзаң формалаштыруда татар моңына, татар жырына мөхәббәт тәрбияләү, аны пропагандалау да мөһим. “Татарстан – Яңа гасыр” телеканалында чыгучы “Жырлык әле!” тапшыруында әдәбият-сәнгать әһелләре ижаты да яктыртыла. Шунисы игътибарга лек: тапшырулар берсен берсе кабатламый. Һөнәри бәйрәмнәрен билгеләп үтүче аерым профессия вәкилләренә багышлап әзерләнгән тапшыруларның кыйммәте бәхәссез.

Татар көе, татар жыры, татар моңы – гасырлар дәвамында сакланып килгән бөек мирасыбыз, рухи байлыгыбыз. Шул байлык, моң чишмәсе сакмасын, үссен, тирәнәйсен өчен, яшь буынның жыр-моңга тартылуы мөһим.

Рәсәйнең төрле төбәкләрендә сибеләп яшәгән татарларны берләштерүче, туплаучы, бәйләүче көч тә ул – жыр. Әлегә тапшыру тележурналистлары шушы хакыйкәтне яхшы аңлап, читтә яшәүче татарларны бергә туплап, махсус сәхифәләр әзерлиләр. Жыр-моң төшенчәсе төрле уен кораллары белән аерылгысыз бәйләнгән. “Жырлык әле”не оештыручылар төрле уен коралларында уйнап чыгыш ясаучыларны да тапшыру үзәгенә алалар. Шулай итеп, халкыбызның гасырлардан килгән, курай-кубыз моңнарын, тальянда уйнау осталыгын да пропагандалыйлар. Укучыларга уку елы башында ук әлегә тапшыру буенча ижади эшләр бирү, аның

катнашучылары, юнәлеше хакында рефератлар, докладлар әзерләргә кушу да максатка ярашлы.

Күңел ачу уены “Тамчы шоу”да катнашучылар – 6-8 нче сыйныф укучылары – география, әдәбият, сәнгать, татар мәдәнияте һәм тарихы буенча белемнәрен күрсәтә. Алар әле шулай ук видеотабышмакны белергә, студиядә үк татар халкының берәр йоласын күрсәтергә тиеш. Тамчыдан күлләр хасил булган кебек, милли үзәк төшенчәсе дә балачактан бала күңеленә сәңдерелергә тиеш. Шуңа орактан гына, үз милләтенә лаек булган, аны зурларлык, дөньякүләм дәрәжәгә чыгарырылык шәхесләр тәрбияләргә мөмкин. Бу уңайдан заманча технологияләр белән коралланган телевизион тапшыруларның роле бәхәссез. Алар бала күңеленә тизрәк тә, тирәнрәк тә барып житә. Укучылар рәсем, театр, жыр сәнгате өлкәләреннән дә хәбәрлар булырга, милли казанышларны яхшы белергә тиешләр. Әлегә тапшыру аларны зур мәйданга чыгара. Безнең гимназия укучылары бу тапшыруда ике тапкыр катнаштылар, рухи яктан баеп, телевидение дигән сикри дөньяны тоеп, жинү шатлыгы белән рухланып кайттылар. Гомумән алганда, “Татарстан – Яңа гасыр” каналының балалар, яшьләр өчен тапшыруларга зур игътибар бирүе мактауга лаек. Алар буыннар чылбырын ялгарга, милли горурлык хисен тәрбияләүгә зур өләш кертә. Балалар бакчасына йөрүчеләр “Күчтәнәч” тапшыруыннан күп нәрсәгә өйрәнә ала. Дәү әни, дәү әти белән бала арасындагы жылы мөнәсәбәт, өлкән буынның балалар тәрбияләүдәге акыл хәзинәсе балачактан ук яшь буын күңеленә сәңдерелә. Әлегә тапшыру кысаларында яңгыраган балалар жырлары, халык әкиятләре – милләт киләчәген тәрбияләү чарасы. Туган телгә мөхәббәт тә уен формасында әкият геройлары аша бала күңеленә языла. Өлкән сыйныф укучыларына “Яшьләр тукталышы” тапшыруы буенча эзләнү характерындагы эшләр бирәбез. Аны башкару өчен, тапшыруны даими карап барырга кирәк. “Яшьләр тукталышы” – яшьләргә адресланган мәгълүмати күңел ачу

тапшыруы. Милли үзаң формалашу заман белән бергә атлаганда, үткән белән бүгенге бәйләнешне сакланганда гына нык була. “Яшьләр тукталышы” заманча музыка юнәлешендә ижат итүче жырчылар, жәмгыять тормышының төрле өлкәләрендә сизелерлек уңышларга, танылуға ирешкән татар яшьләре белән таныштыра. Олы тормыш юлына аяк басырга әзерләнүче югары сыйныф укучыларына үрнәк алу, үз кыйблаңны табу өчен зур мәйдан бу.

Әдәбият:

1. Спирина Н.А. Журналистика в школе. Волгоград, 2011.
2. Хужиәхмәтов Ә.Н. Педагогик технологияләр. Казан, 2008.
3. Фәхреддин Р. Нәсыйхәт. Казан, 2005.
4. Фәхреддин Р. Адәбе тәгълим. Казан, 2006.
5. Фәхреддин Р. Асар. 3 һәм 4 томнар. Казан, 2010.
6. Хужиәхмәтов Ә.Н. Тәрбия – мәңгелек фәлсәфә. Казан, 2001.
7. Шәймәрданов. Р.Х. Татар милли педагогикасы. Казан, 2004.

УДК 070 654.19

Л.Р. Шарафиева

канд. филол. наук, парламентский корреспондент

радио “Болгар”

г. Казань, Россия.

© Л.Р. Шарафиева

РАДИОЖУРНАЛИСТ-ПАРЛАМЕНТТА.

МӘГЪЛҮМАТ АЛУ ЧЫГАНАКЛАРЫ

В статье анализируется состояние парламентской журналистики в современных региональных СМИ. Также рассматриваются взаимоотношения между массмедиа и парламентом, обобщена практика работы аккредитованных радиожурналистов Республики Татарстан.

Ключевые слова: парламент, журналист, аккредитация, радио, новости.

The article analyzes the state of parliamentary journalism in the modern regional media. It also discusses the relationship between the mass media and the parliament, summarizes the practice of accredited radio journalists of the Republic of Tatarstan.

Key words: parliament, journalist, accreditation, radio, news.

Россиядә “Парламент журналистикасы” дигән төшенчә беренче тапкыр 1905 елның 17 октябрендә “Дәүләт тәртибен камилләштерү турында”гы манифест белән бергә формалаша башлаган дип уйланыла. Яңа Россиядә парламент журналистикасы 1990 еллар башында, демократия жилләре исә башлагач, яңарыш алды. Ул хакимиятнең вәкиллек эшчәнлеген яктыртуны күздә тотта. Татарстанда да парламент журналистикасына туксанынчы елларда нигез салынды. Ул елларда Татарстан Югары Советы эшчәнлеген 10-15 хәбәрче яктырса, бүген анда теркәлгән матбугат вәкилләре – 100. Матбугат, телевидение, мәгълүмат агентлыклары, интернет басмалар белән беррәттән, радио да закон чыгаручылар эшчәнлеген халыкка житкерүдә зур өлеш кертә.

Парламент журналистлары ике яклы роль башкара, беренчедән, депутатларның закон чыгару эшчәнлеген халыкка хәбәр итә, икенче яктан аларга кабул ителгән законнар турында жәмәгатьчелек фикерен житкерә. Монда хакимиятнең вәкиллек органына ышаныч дәрәжәсе парламент хәбәрчеләре башкарган эш сыйфатыннан, аларның эшне объектив яктыртуыннан тора. Татарстан парламенты хәбәрчеләренең, шул исәптән, радиожурналистның да төп бурычы – Дәүләт Советы эшчәнлеген халыкка төрле яклап, аңлаешлы, дөрес итеп, оператив житкерү. Әмма бу жиңел эш түгел. Монда законнарны, бигрәк тә матбугат хезмәткәрләренә кагылышлы законнарны белеп эш итү зарур. 1994 елның 15 декабрендә дөнья күргән “Дәүләт хакимияте органнары эшчәнлеген дәүләт массакүләм мәгълүмат чараларында

яктырту тәртибе турында”гы законда парламент журналистикасының төрле аспектылары чагылыш тапкан.

Парламентта эшләүче радиожурналист 2000 елларда башка коллегаларыннан мәгълүматны турыдан-туры эфирда оператив житкерүе белән аерылып тора иде. Хәзер интернет газеталары житезрәк. Шуң ук вакытта үзем эшли торган “Болгар радиосы”ның бу жәһәттән эле калышмавын билгелисем килә. Дәүләт Советы утырышлары радиода турыдан туры трансляцияләнә. Бу тыңлаучыга, сайлаучыга яңалыкларны кайнар килеш житкерү, мәгълүматны ышанычлы чыганактан – депутатларның үзләреннән белү мөмкинлеге бирә. “Болгар радиосы”ннан тыш парламент хәбәрләрен татар телендә татар халкына “Татарстан – Яңа гасыр” телевидениесенен “Канун. Парламент. Жәмгыять”, “Татарстан радиосы”ның “Депутат каналы” житкерә.

Хәбәрченең тәүге эше Татарстан Дәүләт Советында аккредитация алудан башлана. Моның ике төре бар: берсе – карточка Дәүләт Советы эшен даими яктыртучы журналистка бирелә, икенчесе хәбәрчесен махсус заданиеләргә жибәрүче редакциягә тапшырыла. Дәүләт Советының матбугат үзәгеннән безгә белдерүләренчә, Татарстанда соңгысыннан файдаланучы юк диярлек, һәр матбугат чарасы парламентта үз хәбәрчесен булдыру яклы. Бу файдалы да. Парламентта эшләү барышында хәбәрче үз урынын булдыра. Депутатлар эшчәнлеген яктырту бик катлаулы. Монда иң элек законнар ничек эшләнүен, четерекле терминнарны һәм теманы бик яхшы белү зарур. Билгеле беренче чиратта һәр нәрсәдән хәбәрдар матбугат үзәге белән ныклы элемент булдыру кирәк. Чөнки анда эшләүчеләр мөһим мәгълүматларга ия һәм алар журналистларны кирәкле материаллар белән тәмин итүгә тырышылык куя. Парламент “пулы” – бердәм гаилә кебек. Һәр журналист депутатлар эшен төрле жанрда житкерсә дә, көндәшлек булса да, аларны – бер урында, бер темага эшләү берләштерә. Татарстан Дәүләт Советы эшчәнлеген

яктыртучылар барысы бер үзөктө эшли. Монда язарга, аудио яки видеоязмалар тапшырырга кирәкле барлык шартлар тудырылган. Хәбәрчеләр чыгышларны яздырып бара, кайбер очрактарда яздырып та тормыйча, оператив төстө туры эфирга житкерә. Барың бер урында булу үз чиратында теге яки бу чыгыш, тема буенча фикер алышырга, бәхәсләшәргә дә мөмкинлек тудыра.

Радио башка матбугат чараларыннан оперативлыгы белән аерылып тора дидек. “Радио уникаль үзенчәлекләргә ия, һәркайда һәм һәркемгә ачык.... Газета-журналлардан үзгә буларак ул безнең йортларга мәгълүматны бер үк вакытта вакыйга була торган урыннан бирергә сәләтле жанлы кеше тавышы булып килеп керә”, дип белдерә галим В.В. Ворошилов [1, с. 12]. Мәнә шул сердәш, иптәш булуы аңа тыңлаучыларда ышанычны арттыра. Урыннан тапшырылган интервью, комментарий – үзгәртүсез бер дәлил, ныклы документ та.

Парламентта эшләүче радиожурналистына мәгълүмат алу чыганакалары күп төрле. Алар белән эшли белергә генә кирәк. Шуның беренчесе – айга бер тапкыр үтә торган утырышлар. Сессиягә чыгарылып алдыннан закон проектлары комитетларда, комиссияләрдә тикшерелә. Алар утырышларында катнашкан журналистка сессиядә жиңелрәк була, чөнки ул ана мәгълүматлы булып килә. Гадәттә комитет утырышларына иктисад, сәясәт, социаль яклау кебек аерым темаларга язучылар йөри. Ләкин күп очракта редакцияләрдә эшләүче күп санлы коллегаларыннан үзгә буларак, радиода эшләүче журналистка бөтен теманы да яктыртырга туры килә.

Утырышлар алдыннан депутатлар белән беррәттән парламент хәбәрчеләренә дә бирелә торган документлар күп мәгълүмат житкерә. Яңа эшли башлаган кешегә боларны сайлап ала белергә генә кирәк. Аның хәзер электрон форматта булуы редакциясенә мәгълүмат тапшыручы эшен күпкә жиңеләйтә.

А.А. Шерель “Радиожурналистика” китабында билгеләп үткәнчә, “Монда оператив төстә, кагыйдә буларак вакыт бик кысан

вакытта, документның асылын аңларга, иң мөһимен эләктереп алып, төп цитатаны ачыклап, массакуләм аудиториягә житкерергә кирәк. Асылда журналист беренчел катлаулы һәм жаваплы аналитик эшне башкара” [2, с. 32].

Шулай итеп, радиожурналист өчен беренчел чыганак – Дәүләт Советы утырышлары. Аның барышында хәбәрче туры-туры эфирга чыгу мөмкинлегенә ия, оператив аудиоязма белән ул житкерәсе хәбәренәң дөреслеген ныгыта. Парламентта күтәрелгән темага тиз арада комментарий-аңлатма бирердәй депутат яки хөкүмәт вәкилен эфирга чыгара.

Икенче чыганак – хөкүмәт сәгәте. Ул утырыш ахырында була, депутатлар сорауы буенча теге яки бу мәсьәләгә хөкүмәт үз аңлатмасын бирә. Гадәттә анда халыкны аеруча борчыган темалар – коммуналь торақ хужалыгы, мәгариф, сәламәтлек саклау һәм башка тармакларга кагылышы мәсьәләләр күтәрелә. Бу – радиожурналист өчен кайнар яңалыкны беренче булып житкерү мөмкинлеге бирә.

Россия Дәүләт Думасыннан аермалы буларак Татарстан Дәүләт Советында парламент тыңлаулары еш үткәрелми. Гадәттә Премьер-министр, республикадан сайланган Россия Дәүләт Думасы депутатлары катнашында киләсе елга бюджет проектын жентекләп тикшерәләр. Аны гадәттә башта комитетларда тәфсилләп тикшерәләр, тикшерелгән темага кагылышы булган белгечләр, тармак житәкчеләрен, финанс министрын чакыралар. Монда актуаль темага күп материал табарга була.

Комитетлар күчмә утырышлар үткәрүгә зур игътибар бирә. Монда депутатлар халыкны борчыган теге яки бу мәсьәләне урынга чыгып тикшерәләр. Соңгы елларда комитетлар каршында төзелгән эксперт советлары да игътибарга лаек. Бу журналист өчен бер тема буенча икенче як фикерен тыңлаучыга житкерү өчен дә әйбәт мөмкинлек.

Дәүләт Советында айга бер тапкыр депутатлар катнашында матбугат конференцияләре үткәрелә. Дәүләт Советында эшли торган ике фракция – “Бердәм Россия” һәм КПРФ партияләреннән сайланган

депутатлар, “Мәрхәмәт” хатын-кыз депутатлар берләшмәсе, “Татарстан - яңа гасыр” депутатлар төркеме журналистлар белән еш очраша. Очрашуларда татар журналистлары спикерларга татар телендә сорау бирә ала, Татарстан Дәүләт Советы рәисе Фәрит Мөхәммәтшин һәр утырыштан, һәр чарадан соң журналистларны кызыксындырган сорауларга җавап бирә. Парламент башлыгының үз авызыннан ишетелгән сүз, фикер билгеле журналист өчен бәяләп бетергесез чыганак, интервью, комментарийны эфирга бирү шулай ук тыңлаучыда ышаныч уята. Билгеле, парламент хәбәрчесенең беренчел бурычы – кирәкле мәгълүмат бирүче һәр депутат белән эшләү. Журналистның депутат белән элемтәсеннән, тыгыз хезмәттәшлегеннән бары тыңлаучы, сайлаучы гына ота. Татарстан депутатлары, аеруча даими нигездә эшләүчеләре закон чыгаручылар эшчәнлеген халыкка житкерүдә, аларның проблемаларын өйрәнәп чишә юлларын табуда журналистның да мөһим роль уйнавын аңлап, парламент хәбәрчеләре белән әйбәт хезмәттәшлек итә.

Парламент – журналистның үзе өчен дә зур тормыш мәктәбе. Ул күп кенә яңалыклар, кызыклы кешеләр белән танышырга, тәҗрибә тупларга, үзенең яңа яктан ачарга, сәясәтне эчтән белергә ярдәм итә. Болар ахыр чиктә аның тыңлаучысына, укучысына файдага гына.

Әдәбият:

1. Ворошилов В.В. Журналистика. М.: КНОРУС, 2016.
2. Радиожурналистика / под ред. А.А. Шереля. М.: Изд-во Моск.ун-та: Наука Москва, 2005.

РАЗДЕЛ III.
МЕДИА В АСПЕКТЕ
ГЛОБАЛЬНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММУНИКАЦИИ:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

УДК 070

Р.П. Баканов

канд. филол. наук, доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

©Р.П. Баканов

**ПРОБЛЕМАТИКА ВЫСТУПЛЕНИЙ ТЕЛЕВИЗИОННОГО
КРИТИКА ГАЗЕТЫ «ТРУД» СЕРГЕЯ БЕДНОВА**

Автор данной статьи выявил, в чем заключается проблематика выступлений телевизионного критика газеты «Труд» Сергея Беднова. Творческий почерк и метод этого автора до настоящего времени почти не были изучены, невысок пока и индекс цитирования его статей. Однако Сергей Беднов около десяти лет каждую неделю пишет рецензии на телепередачи, выявляет тенденции развития и состояния современного федерального телевидения. Автором статьи было выявлено, что в центре внимания телевизионного критика в первую очередь были проблемы, связанные с нарушением профессиональной этики журналиста: тенденциозное освещение событий в угоду государственной политике, замена объективности пропагандой, акцент на освещение частной жизни известных людей в семейных ток-шоу, обращение к жизни обычных людей только в связи с криминальными информационными поводами.

Ключевые слова: журналистика, телевизионная критика, телевидение, этика, оценка, нарушение, телеканал, газета «Труд», Сергей Беднов.

The author of this article has revealed what is the problematic of the speeches of the television critic of the “Trud” newspaper Sergei Bednov. The creative handwriting and the method of this author have not been studied to the present day, and the citation index of his articles is still not very high. However, for about ten years, Sergei Bednov writes weekly reviews of television programs, reveals the development trends and the state of modern federal television. The author of the article found that the focus of the television critic was primarily on problems related to the violation of the journalist's professional ethics: biased coverage of events in favor of state policy, replacement of objectivity with propaganda, emphasis on highlighting the private life of famous people in family talk shows, appeal to the life of ordinary people only in connection with criminal informational occasions.

Key words: journalism, television criticism, television, ethics, assessment, violation, TV channel, “Trud” newspaper, Sergey Bednov.

Несмотря на то, что предвыборная «повестка дня» в федеральных СМИ становится все насыщеннее, много времени в эфире и в печати традиционно уделяется текущим событиям, качество содержания федерального телеэфира продолжает находиться под вниманием медийных критиков. Исследуя состояние отечественной критики СМИ в течение ряда лет, мы можем сказать о том, что данное направление в современной центральной печати присутствует. Присутствует тихо, но более-менее постоянно: регулярные рубрики имеются почти в десяти изданиях. Несколько лет назад их было больше. На наш взгляд, некоторое сокращение тематических рубрик связано с дельнейшим совершенствованием информационно-коммуникативных Интернет-площадок, где можно уже во время просмотров обсуждать качество передач, уровень их ведущих, разные сплетни вокруг ТВ. Мы полагаем, что оперативность мнения телезрителя в настоящее время все чаще берет

верх над качеством того или иного суждения. В самом деле: какой современный зритель теперь удержит в памяти содержание конкретного телепроекта ко времени публикации отзыва/рецензии на него, когда каждый час многочисленные медиаканалы предлагают аудитории десятки передач или сериалов. Осмыслить их поможет так называемый «коллективный разум», сосредоточенный в других пользователях специализированных форумов, блогов или публичных страниц в социальных сетях. Публично обсудить или раскритиковать там можно любую тему или новость. Скорее всего, уровень подобных суждений вряд ли будет высоким, но то, что каждый человек получил возможность высказаться, уже радует.

В данной статье мы рассматриваем телевизионную критику как часть медийной критики – относительно новой, но особой области журналистики, «призванной помочь обществу в познании новых реалий и тенденций в деятельности СМИ. Она является одновременно и своеобразным способом рефлексии, самопознания современной печатной и электронной прессы, и общественным зеркалом, которое призвано отражать “блеск и нищету” средств массовой информации, оказавшихся в рыночной среде» [1]. Таким образом, медийная критика может помочь каждому человеку научиться самостоятельно анализировать качество «повестки дня» того или иного издания или теле- и радиоканала, на свежих примерах выявляя существующие положительные или негативные тенденции формирования картины дня, а также применяемые журналистами для этого манипулятивные приемы. При этом в настоящее время от критика требуется не только отличное знание новейших манипулятивных приемов, используемых журналистами для манипуляций сознанием и поведением аудитории, но и творческих законов, в соответствии с которыми сейчас создаются и размещаются в СМИ те или иные публикации. Надо формировать отрицательное общественное мнение к такой практике, стараясь объяснить

аудитории ее причины. От аналитика требуется проявление смелости и характера при обнародовании результатов своих наблюдений: надо быть готовым доказать каждый свой опубликованный тезис и (если необходимо) предложить пути преодоления спорной ситуации.

Для обычных граждан медиакритика должна реализовать свою просветительскую функцию (А. Короченский), с помощью которой можно формировать в обществе медийную культуру, «отражающуюся в отношении публики к печатной и электронной прессе, в степени развитости у аудитории навыков самостоятельного разбора и оценки содержания СМИ» [1].

На наш взгляд, давно настало время, когда каждый человек должен не столько потреблять, сколько фильтровать и отсеивать ненужную, а то и вредную для него и его семьи информацию. Особенно это важно для подростков и студентов, часто не умеющих распознать в «прикольном» (как они считают) видео скрытое воздействие на психику со стороны определенных сил или структур, группировок (например, запрещенных в России ИГ или «Хесбут-Тахрир»). В образовательных учреждениях сейчас необходимо больше внимания уделять повышению уровня новостной, медийной грамотности, медийного образования юношей и девушек в целом. «На рубеже XXI века произошла окончательная переориентация молодежной аудитории от печатного текста к аудиовизуальному, – написал еще в 2003 г. профессор А.В. Федоров и дополнил: – Поэтому вопрос о необходимости и актуальности медиаобразования ... уже принадлежит прошлому». Мы полагаем, что абсолютно справедливым является следующий тезис ученого: «Современная система образования в качестве приоритетных целей рассматривает использование средств массовой коммуникации и медиапедагогики для формирования умений ориентации в информационном поле, противостояния манипуляциям общественным сознанием, для

адаптации людей к новым социальным условиям жизни, для позитивного развития личности» [2, с. 7–8].

Чтобы понять, насколько качественно осуществляется та или иная деятельность, необходима постоянная творческая рефлексия. Не является исключением и работа медийных критиков. На наш взгляд, нужно научное осмысление методологии осуществляемого ими анализа текущей медийной практики, глубины познания современного информационного производства, уровня обсуждения и осмысления выявленных проблем (как профессионально-творческих, этических, так и освещаемых социальных). Важное значение имеет и широта объекта исследования медийного критика, потому что, как пишет А.П. Короченский, данная область журналистики «осуществляет познание актуальных творческих, профессионально-этических, правовых, экономических и технологических аспектов информационного производства в средствах массовой информации» [1]. Как критики осуществляют эту работу?

В центре внимания нашей статьи – творчество телекритика газеты «Труд» Сергея Беднова. На протяжении десяти лет он еженедельно пишет о качестве современного вещания ведущих телеканалов страны («Первого канала», «России 1», НТВ, СТС и некоторых других). Проведенный нами мониторинг творческой активности указанного автора позволил сделать предварительный вывод о том, что С. Беднов, кроме своей постоянной рубрики в «Труде», более не распространяет свою практику телевизионного критика в других СМИ и не «продвигает» полученные в процессе медиакритического анализа выводы, как это делают некоторые другие обозреватели (не выступает по радио, не является экспертом в других СМИ, не ведет своего блога или страниц в соцсетях). Возможно, потому этот автор не цитируется в прессе, когда речь заходит о качестве телепередач или тенденций современного теле- и радиовещания.

Однако его творческий метод осуществления критического анализа и стиль подачи информации интересны с точки зрения воздействия на читательскую аудиторию газеты «Труд», то есть с позиции медиаобразовательного потенциала каждой статьи С. Беднова. На что конкретно при исследовании он обращает внимание, обобщает ли результаты своего анализа или только констатирует выявленные факты? Какую новую информацию получает от него аудитория, в чем заключается ее просвещение в функционировании СМИ?

В рамках одной статьи вряд ли возможно дать ответы на поставленные выше широкие вопросы. В одной из предыдущих статей мы изучили приемы работы с аудиторией в творчестве С. Беднова и сравнили их с работой телевизионных обозревателей «Комсомольской правды». Проведенный нами содержательный анализ публикаций показал, что один С. Беднов в «Труде» по образности языка превзошел пятерых критиков, работающих в «Комсомольской правде». И пусть перевес оказался не очень существенным, но ведь за каждым случаем применения тропа – творческий поиск, мысль [3].

Целью данной статьи является выявление и изучение тематики и проблематики выступлений телевизионного критика газеты «Труд» Сергея Беднова. Нас интересовало, как автор, во-первых, не только представляет, актуализирует и вводит в «повестку дня» телекритики конкретную тему и/или проблему, но и как он их интерпретирует, в чем видит положительные тенденции телевизионного вещания (если видит), а в чем – отрицательные. Во-вторых, каким темам или проблемам обозреватель в своих публикациях уделял больше времени, а каким – меньше.

Хронологический период нашего исследования составил три года: с 2015-го по 2017 гг. Этот период характеризуется усилением политизации телеэфира, патриотико-пропагандистской составляющей

в передачах основных федеральных телеканалов («Первого канала», «России 1», НТВ и ряда других), дальнейшим продолжением ведения как тактических, так и стратегических информационных войн (международных и локальных), а также формирования образа внешнего «врага» с помощью сюжетов в информационных программах и ток-шоу. В настоящее время пока отсутствует научная литература, в которой бы получила объективное осмысление практика российского телевидения нескольких последних лет. Мы уверены, что такие работы появятся в скором времени. Сейчас же, характеризуя хронологический период нашего исследования, мы обращаемся к творчеству телевизионных критиков, которые ведут постоянные рубрики в некоторых общественно-политических СМИ: Ю. Богомолова («Сноб»), А. Бородиной («Эхо Москвы»), А. Мельмана («Московский комсомолец»), И. Петровской и С. Тароциной («Новая газета»).

Таким образом, можно предположить, что за три минувших года у телекритика С. Беднова было много информационных поводов для выступлений. Обратим на них свое внимание.

Эмпирическую базу исследования составили печатные номера газеты «Труд» (всего за три года проанализировано на наличие публикаций С. Беднова 753 номера) и официальный сайт данного издания www.trud.ru.

При проведении исследования были применены следующие методы:

1. *Сплошной мониторинг* газеты «Труд» и сайта данного СМИ на наличие в них публикаций С. Беднова, в которых могут содержаться оценки текущей практике телевизионного вещания, а также качеству телепередач и работе телевизионных ведущих;

2. *Проблемно-тематический анализ* выявленных публикаций указанного автора. С помощью данного метода мы выявили освещаемые телекритиком темы и проблемы современного

федерального телевидения и выявили частоту обращения обозревателя к каждой из них. Также нами было установлено, о каких проблемах критик писал чаще как в связи с информационными поводами, так и без них, а о каких – эпизодически, о чем, возможно, не писал вовсе;

3. *Лексико-стилистический анализ* публикаций, позволивший нам установить, каким образом (то есть с помощью каких лексико-стилистических конструкций или приемов привлечения внимания аудитории) обозреватель вводил в «повестку дня» телекритики в газете «Труд» и на одноименном сайте конкретные темы и проблемы современного федерального телевизионного вещания. Нас также интересовало, насколько долго по времени обозреватель удерживал в «повестке дня» телекритики в «Труде» ту или иную тему или проблему, то есть вел разговор о ней;

4. *Содержательный анализ комментариев* к выступлениям С. Беднова на сайте газеты «Труд» с целью выявления реакции некоторой части аудитории, которая знакомится с текстами в электронном виде, на их содержание и проблематику. Помимо этого, читатели публикаций могли самостоятельно предложить и/или актуализировать злободневные для них проблемы качества современного телевидения или мастерства ведущих передач, отличающиеся от объекта внимания редакционного телекритика.

Сергей Беднов был назначен редактором отдела телевидения газеты «Труд» с 25 ноября 2004 г. после ухода из редакции телекритика Анри Варганова. До этого времени он работал в нескольких изданиях на разных должностях, с 2001 г. являлся главным редактором журнала «ТВ Парк» [4]. За хронологический период нашего исследования данный автор опубликовал всего 142 статьи, в которых содержатся оперативные отклики на передачи, работу телеведущих и оценка текущей практике федерального телевидения. Распределение творческих работ критика по годам

нашего изучения выглядит следующим образом: 2015 г. – 47 статей, 2016 г. – 48, в 2017 г. – 47. Все работы помещены под рубрикой «Вместе у экрана». Из указанных выше данных видно, что содержащие оценку телеканалам статьи публиковались не каждую неделю. Некоторые перерывы были связаны с очередными отпусками обозревателя или новогодними каникулами, во время которых редакция не работала, и газета не выходила.

Проведенный нами мониторинг газеты и сайта издания показал, что тексты С. Беднова размещались только один раз в неделю, как правило, по вторникам, то есть в первом номере новой рабочей недели. На наш взгляд, логика в этом есть: для удобства восприятия аудитории предлагались небольшие обзоры важных событий, вывлеченных в телевизионном эфире за предыдущие семь дней. Опубликованные в печатном СМИ тексты в полном объеме дублировались на сайте «Труда» (часто в электронном виде статьи на несколько часов опережали свои печатные аналоги). Мониторинг также показал, что телекритические рецензии и обзоры почти всегда за период нашего изучения публиковались на постоянном месте: седьмая полоса газеты, являющаяся частью тематического вкладыша, анонсирующего телеконтент будущей недели.

Содержательный анализ публикаций С. Беднова позволил сделать вывод о том, что критик анализировал содержание только тех федеральных телекомпаний, чьи передачи собирали высокие рейтинги у аудитории («Первый канал», «Россия 1», НТВ, реже «Пятый канал», ТВЦ, СТС, «Россия-Культура» и «Общественное телевидение России»). О региональном телевидении речь не шла, потому можно предположить, что телекритиком актуализировались в сознании читателей его публикаций только важные проблемы, которые должны быть интересны не только проживающей в разных регионах страны целевой аудитории газеты «Труд» и ее сайта, но и так называемым случайным читателям, лишь на некоторое время

зашедшим в электронное «представительство» редакции. На наш взгляд, в этом случае задачей телекритика может являться удержание данного вида аудитории посредством публикации интересных ей сообщений и постепенном повышении степени ее лояльности к данному изданию и, постоянно заинтересовывая своей оригинальной информацией и интересными выводами, переводе из характеристики разовой аудитории в постоянную.

Чем руководствуются критики, выбирая тему очередной своей статьи? С одной стороны, каков контент современного телевидения, таково и содержание телекритики, ведь информационным поводом в данном виде деятельности являются факты выхода в эфир тех или иных передач. Тематику каждого выпуска своей газетной рубрики телекритику выдумывать не приходится: его задача осмысливать, о чем и как говорят по телевизору. С другой стороны, из многообразия современных телеканалов и передач именно обозревателю необходимо принять решение, на какие проекты и почему ему надо обратить внимание, о чем актуальным поговорить, к чему привлечь внимание своей аудитории. В этой связи интерес представляет мотив выбора каждым критиком предмета своего изучения – чем авторы руководствуются при определении темы разговора в каждом выпуске своей рубрики (колонке). Наш постоянный содержательный анализ телекритических реплик, рецензий и обзоров позволяет говорить о том, что обозреватели прежде всего продолжают ориентироваться, во-первых, на популярность каналов и передач у зрителей (в «повестке дня» обсуждение и интерпретация самых популярных проектов: вечерние ток-шоу, информационные выпуски, сериалы). Во-вторых, часто поводом к разговору становятся премьерные показы или уровень и качество освещения телеканалами важнейших событий в стране.

В Таблице 1 представлены количественные показатели освещения конкретных проблем современного федерального телевизионного вещания в творчестве Сергея Беднова.

Таблица 1.

**Проблематика выступлений телекритика С. Беднова
в газете «Труд» в 2015–2017 гг.
(в количестве публикаций)**

№	Формулировка проблемы / Год	2015	2016	2017	Всего
1.	Факты нарушений морально-этических норм в телепередачах в угоду рейтингу и рекламодателю	32	33	33	98
2.	Подмена журналистской информации пропагандой как в информационных передачах, так и в ток-шоу	12	6	7	25
3.	Низкий художественный уровень передач	1	3	2	6
4.	Экспертиза правдивости фактов и соответствия представленной в программе картины мира современной действительности	1	2	2	5
5.	Приемы формирования и закрепления в сознании аудитории выгодной государству «повестки дня» с помощью современных федеральных телеканалов	2	–	2	4
6.	Ограниченность или близость форматов передач современных федеральных телеканалов	–	1	1	2
7.	Творческие приемы и инструменты формирования имиджа персоны в практике различных телекомпаний	–	1	–	1
8.	Выявление фактологических ошибок и неточностей в телепередачах	–	1	–	1
9.	Дальнейшая политизация телеэфира	–	1	–	1
	Всего публикаций в газете	47	48	47	142

Как видно из Таблицы 1, выявление нарушений этических норм в телепередачах ведущих федеральных каналов в творчестве С. Беднова занимало значительное место. Содержательный анализ его публикаций показал, что за период нашего исследования критику прежде всего была интересна тема представления на телеэкране человеческих судеб и проблем. Источниками стали вечерние телешоу, премьеры сериалов и информационные выпуски.

Из девяти выявленных нами характерных для публикаций С. Беднова тематических направлений семь так или иначе связаны со случаями нарушений профессиональной этики журналиста

(исключение составляют позиции № 3 и 9). Для телекритика «Труда» каждый случай нарушения сотрудниками телеканалов морально-этических норм – профессиональное преступление, которое он констатировал почти в каждой своей публикации. Способ противостоять сложившейся тенденции (эта проблема подавалась телекритиком именно так) у С. Беднова только один – постоянно говорить об этом, приводить примеры, тем самым предупреждая аудиторию, что ее ожидает у телеэкранов.

Телекритик так и поступал. Благодаря тому, что в каждом выпуске его авторской рубрики «Вместе у экрана» часто речь шла по сути об одном и том же, прием подачи информации можно сформулировать как «эффект сериала». Суть его заключается в том, что магистральная тема проходит из статьи в статью, развиваясь и конкретизируясь лишь в деталях: в каждой публикации они разные – в зависимости от увиденного на экране. По мысли телекритика, обсуждаемые случаи нарушения этических норм прямо или косвенно были направлены на увеличение популярности передачи, извлечения максимального зрительского рейтинга. Как выявил С. Беднов, в каждом выпуске, к примеру, того или иного вечернего шоу была сделана ставка на «жареные» бытовые конфликты, участниками которых становились либо известные люди (история с разводом А. Джигарханяна с В. Цымбалюк-Романовской и т.д.), либо крайне желающие любой славы люди (история с изнасилованием Д. Шурыгиной и т.д.) Меняются герои, но градус напряжения в студии остается прежним, сюжеты становятся все примитивнее и страшнее, анонсы – завлекательнее, путь к известности (возможно, сомнительной) – короче. Спектакль и виде шоу продолжается постоянно, вовлекая новых зрителей. Ну чем не сериал?

Телевидение и финансовый кризис – вот тема первой статьи С. Беднова в 2015 г. На примере новогоднего телеэфира, телекритик констатировал невысокий уровень качества передач: «Полное

отсутствие идей и, главное, полное отсутствие желания сделать зрителям праздник. Маски-шоу с участием осточертевшей попсы, демонстрирующей своре бессмертие. Одни и те же старые фильмы на всех каналах, сериалы с утра до вечера по сто пятьдесят серий подряд» [5]. Однако именно с временем сокращения затрат на телепроизводство критик связал надежду на возможные улучшения качества передач: «Дальше надо думать... Есть большая надежда, что сейчас должно появиться еще больше творчества. Эфир естественным образом получил шанс стать еще умнее, не потеряв хорошее, чем мы уже сегодня можем гордиться» [5].

Изучив другие публикации данного автора, можно понять, что надежда на это не оправдалась. Наоборот, по мнению С. Беднова, «планка» качества опускалась все ниже. Все чаще наиболее обсуждаемой темой стали этические нарушения в популярных передачах, подмена объективной информации пропагандой интересов государства в информационных и особенно еженедельных информационно-аналитических программах. Наибольшая актуальность данной проблемы была отмечена нами в 2015-2016 гг., во время информационного противостояния России с Украиной, Турцией, США. К этому надо прибавить ситуацию с допинговыми скандалами вокруг российских спортсменов. Телевизионный обозреватель «Труда» регулярно изучал «повестку дня» передач, авторы которых должны говорить о произошедших за неделю важнейших социальных фактах, обобщая их и формулируя социальные проблемы. Однако, по мнению телекритика, телевидение вместо этого продемонстрировало свою агитационно-пропагандистскую мощь в отстаивании интересов государства: поиск внешнего и внутреннего врагов оказывался всякий раз важнее беспристрастного информирования зрителей. Об этом речь идет в таких публикациях телекритика, как: «Мы выбираем, нас пробирают» (3.07.2015 г.), «Орфей в эпоху индустриализации» (26.06.2015 г.), «Что

же будет с Сирией и с нами?» (09.10.2015 г.), «Звездный час “Времени”» (18.12.2015 г.), «В борьбе за телезрителя возможны жертвы» (04.12.2015 г.) и в других.

По сути, сознательная замена информации государственной пропагандой тоже является нарушением профессиональной этики журналиста. Именно на этом постоянно и акцентировал внимание аудитории С. Беднов. Для его творческого метода познания телевизионной действительности, в частности, характерно выявление фактов или приемов манипуляции сознанием аудитории, отмечены случаи объяснения читателям, почему так происходит. При этом тон повествования всегда оставался спокойным, материал излагался с минимальным наличием средств художественной выразительности. Например: «Хочется верить, что все войны, к которым мы имеем прямое или косвенное отношение, когда-нибудь закончатся. Так что же, вместе с ними увянет и жанр общественно-политических ток-шоу? Да нет, конечно. Ведь врагов можно искать и в связи с неправильным курсом доллара и спадом экономики. Ну а если кризис пройдет, все равно найдется что-то другое...

Очевидно, что ТВ разучилось объединять людей и сглаживать противоречия. Зато обострять их у телемастеров получается все лучше» [6].

А вот когда речь шла об этических нарушениях при обсуждении частной жизни как известных телезрителям, так и обычных людей, вопросов к создателям таких передач у критика было больше. Анализ содержания его публикаций показал, что освещаемые им проблемы современного телевидения и вопросы к работникам телекомпаний время от времени повторялись. Это можно объяснить тем, что форматы, жанры передач и методы работы авторов телевизионных проектов не менялись (одна из статей С. Беднова уже своим заголовком «Серьезные жанры сыграли в ящик» предупреждала читателей, что от многочисленных «мыльных шоу с перебиранием

грязного белья есть только одно спасение – выключить телевизор» [7]). Потому, не видя улучшений качества содержания и методов работы производителей той или иной передачи, обозреватель снова и снова обращался к ним, констатируя одни и те же проблемы и задавая одинаковые вопросы, в надежде на исправление ситуации. Отметим его регулярные попытки осмыслить манипулятивные технологии привлечения как можно большего количества зрителей. Тем самым он просвещал своих читателей, чтобы они знали, чем, как и для чего заманивают их телеэкрану создатели телешоу. Вот только два примера:

«Крайне горько думать, что что какую-нибудь старенькую актрису, некогда любимую, но изрядно подзабытую, приглашают предельно откровенно рассказать о ее романах с любимцами советских зрителей, посулив тысяч 20, не больше. Но что ей делать? ... Им [телевизионщикам. – *Р.Б.*] гораздо приятней представить дело так, что все признания звучат бескорыстно, только лишь из любви к лучшему каналу страны. И вот все связано своими именами: мы платим – ты продаешься. Будет свежая клубничка – получишь много. Будет корка хлеба – уйдешь ни с чем. Вот такие дела» [8].

«Искусственность и постановочность сюжетов лезет отовсюду. Когда, например, показываются домашние кадры с героями, сделанные якобы тайно, понимаешь: для того, чтобы скрытые камеры установить, надо сначала договориться об этом с хозяевами. Но ни один человек не будет вести себя естественно, зная, что его снимают. А сами эти эпизоды строятся так примитивно, будто должны послужить материалом для разбора студентами психфака типичных моделей поведения. Чем и пользуются психологи в студии, с глубокомысленным видом поясняя действия героев. ...Но проходит время и создается впечатление, что истории в эфире вертятся по кругу, как грязное белье в стиралке» [9].

В своих публикациях С. Беднов ничего конкретного работникам телекомпаний не предлагал. Он всего лишь спокойно констатировал факты, далеко не всегда упорядочивая их в определенные тенденции. Уже по ознакомлению с заголовками его статей можно было понять, что в них преобладала негативная оценка современному телевизионному «репертуару». «Не ждем перемен» (20.01.2017 г.), «Дополненная нереальность» (23.09.2016 г.), «не такая уж и таинственная страсть» (11.11.2016 г.), «Со святым не шутят» (02.09.2016 г.), «Все хороши» (26.08.2016 г.), «Дело было вечером, спорить было не о чем» (18.03.2016 г.), «Побояться и поржать» (20.10.2015 г.) – вот небольшой перечень публикаций С. Беднова, в которых обсуждалась практика нарушения профессиональной журналистской и человеческой этики. Через описание студийных эпизодов, мизансцен, пересказа диалогов героев шоу и зрителей в студии, а также через сравнение похожих по смыслу передач определял телекритик актуальные проблемы современного федерального телевизионного вещания.

Таким образом, за три последних года в творчестве телекритика «Труда» Сергея Беднова информационным поводом и преобладающей темой стали факты нарушения профессиональной этики журналиста. На наш взгляд, критик успешно старался доказать аудитории, что в тех передачах, которые стали предметом его изучения, были утрачены функции информирования и просвещения, их заменила развлекательная функция. По мнению телевизионного обозревателя «Труда», для достижения наибольшего зрительского рейтинга любой передачи современные телеменеджеры не стесняются нарушать морально-этические нормы: негласно финансово стимулировать «горячие» темы, эксплуатировать «звездных» личностей, выискивая сенсационные моменты в истории их любовных романов, в информационных выпусках заменять объективную информацию пропагандистскими выступлениями и т.д.

«Стеб да стеб кругом», – писал телекритик об основном, на его взгляд, современном «способе познания» действительности [10]. И добавлял: «Почему-то люди всегда ненавидят оступившихся или опустившихся кумиров значительно более люто, чем рядовых упырей и насильников» [11]. В своих публикациях он показал, каким образом это происходит. Обратим внимание на такой прием привлечения внимания аудитории со стороны обозревателя, как использование жаргонизмов и просторечий. А вот комментариев со стороны аудитории на сайте газеты «Труд» было немного: по 1-2 репликам только некоторых публикаций, потому предметно говорить об актуализации конкретных тем или проблем современного телевизионного вещания через их обсуждения в комментариях к публикациям для нас возможным не представилась.

Литература:

1. Короченский А.П. «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. URL: <http://old.kpfu.ru/f13/rbakanov/index.php?id=5&idm=0&num=23> (дата обращения: 10.01.18).
2. Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог, 2003.
3. Баканов Р.П. Приемы работы на аудиторию в творчестве телевизионных критиков «Комсомольской правды» и «Труда» // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2016. № 3. Т. 1. Сер. Филологические науки. С. 97–114.
4. Штатные изменения в издательстве и редакции газеты «Труд». URL: <https://lenizdat.ru/articles/1027686/> (дата обращения: 11.01.18).
5. Беднов С. ТВ как зеркало кризиса // Труд. 2015. № 1. 16.I. С.3.
6. Беднов С. Что же будет с Сирией и с нами? // Труд. 2015. № 75. 9.X. С.3.

7. Беднов С. Серьезные жанры сыграли в ящик // Труд. 2016. № 45. 24.VI. С.3.
8. Беднов С. Стриптиз на миллион // Труд. 2016. № 57. 12.VIII. С.3.
9. Беднов С. Круговорот белья в эфире // Труд. 2016. № 65. 9.IX. С.3.
10. Беднов С. Стеб да стеб кругом // Труд. 2016. № 23. 1.IV. С.3.
11. Беднов С. @ Панина // Труд. 2016. № 77. 28.X. С.3.

УДК 070.19

Ф.Г. Ганеева

канд. филол. наук

Казанский (Приволжский) федеральный университет,
г. Казань, Россия

© Ф.Г. Ганеева

**ВНУТРИТЕКСТОВЫЕ СВЯЗИ КАК ФАКТОР
ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВ
В ПЬЕСАХ ТУФАНА МИННУЛЛИНА**

В статье рассматривается понятие «сценарий», которое на телевидение пришло из театра, театральной драматургии. Внутритекстовые связи как фактор формирования системы образов в тексте анализируются на примере пьес татарского драматурга Туфана Миннуллина.

Ключевые слова: телевидение, сценарий, драматургия, образ, текст, хронотоп.

The article discusses the notion of "script," which TV came out of the theater, theater of drama. Intra-textual connections, which are a factor in the formation of the system of images in the text, are analyzed by the example of plays of the Tatar playwright Tufan Minnullin.

Key words: television, script, drama, image, text, chronotope.

Само понятие «сценарий» на телевидение пришло из театра. Из обычного описания, документа сценарий изменился настолько,

что получил статус литературного произведения. Телевизионные журналисты поняли, что из кинематографа надо использовать не только знания режиссуры, монтажа, звукозапись и т.д., но и умение написания сценария. Известный режиссер М.И. Ромм в статье «Поглядим на дорогу», говорил: «Кинематограф родился на скрещивании литературы, театра, живописи, музыки. Телевидение рождается на том же перекрестке этих родителей, оно впитывает опыт кинематографа, опыт радио, опыт газеты. Если мы называем кинематограф синтетическим искусством, то еще в большей мере это относится к телевидению» [1, с. 35].

Известный татарский театральный драматург Туфан Миннуллин был гуманистом, в своих произведениях исследовал внутренние мотивы поступков людей. Для обоих просветителей было важно исследование человеческой судьбы, выявления проблем татароязычного информационного и культурного пространства. Оба они были «играющими тренерами» в своей профессии, были в гуще событий. Туфан Миннуллин много сделал в свете разработки национальных образов, национального характера, это был многогранный человек, с большим опытом и в журналистской профессии, работал на телевидении, в журнале «Чаян». По сценариям Т. Миннуллина поставлено много спектаклей, не только в театрах нашей республики, но и за ее пределами.

Пьесы Т. Миннуллина интересны тем, что автор распоряжается Временем и Пространством так, как будто идет сиюминутный репортаж с места события, и мы становимся свидетелями каких-то поступков персонажей, участвуем в их диалогах и разговорах.

Диалогические отношения рассматриваются нами в структуре произведения как структурообразующий принцип, как механизм оформления содержания произведения. Отношения «действительность и автор» рассматриваются с точки зрения ритмико-интонационного и речевого структурного уровня. Эти

уровни раскрывают и глубокий смысл понятий, связанных с журналистской профессией, где текстовый материал воздействует на общественное мнение, меняет личность и ее взгляды на окружающий мир.

Татарская драматургия значительна тем, что она смело обращается к болевым точкам нашего сложного мира, рассматривает его в самых разных вариантах – от проблем духовности и бездуховности, до проблем человеческого существования, философских вопросов жизни и смерти.

Пролог пьесы «Старик из деревни Альдермеш» Т. Миннуллина переносит зрителей в небесную канцелярию аллаха, который очень разгневан: беспорядок в отделе у Азраила, план не выполняется. На протяжении всей пьесы герой старик Альмандар дурачит Ажаля (смерть), который был послан аллахом за ним, ибо тот перешел рубеж за девяносто. Происходит борьба жизни и смерти. Образ старика, будучи центральным, складывается на основе системы знаков, которые олицетворяют жизнь. Например, песня о Белой вороне, она выступает в разных значениях, это связь с родной землей, душевным спокойствием, позитивом.

Альмандар. Ала карга дигэн, эй асыл кош,

Тэубэ иттен мэллэ улмэскэ?

Син тэубэ эйтсэн, мин дэ иттем

Эжал дуска кулым бирмэскэ.

Ажал. Не пойму, в чем суть этих слов?

Альмандар. Это не слова – песня. Песня не обрывается. Ты петь умеешь?

Ажал оставляет вопрос без ответа. Песня для него пустое времяпрепровождение, для него этот знак является лишь связью со стариком, не более. На протяжении всей пьесы образ песни полно раскрывает самого героя, это не загадочный старик, это человек от земли и сохи, он прост и понятен, его доброта притягивает и располагает к себе людей.

В этом плане он побеждает смерть. Внутренний конфликт старика Альмандара не прекращается ни на минуту. Альмандар понимает, что от смерти не уйти, его борьба с ней приобретает смысл мудрости. В этой внутренней борьбе участвуют все образы пьесы.

Борьба начал жизнь – смерть отражает конфликт пьесы, но, с другой стороны, нельзя упускать из виду их единства. Драматург, чтобы полнее раскрыть старика, вводит его в хронотоп сказочности, он показан шутником и балагуром, автор сравнивает его с фольклорным персонажем Шурале.

Вся жизнь старика была тесно связана с историей страны: воевал, поднимал колхозы, вырастил пятерых детей, четверо из которых не вернулись с войны. Жизнелюб, он ненавидит войну, которая приносит смерть и разруху. «Если твой бог не дает сельчанам жить больше девяноста, то почему не подождал, пока девяносто будет моим мальчикам?». Альмандар ищет ответа.

Образ войны проникает в судьбу единственного сына, оставшегося в живых. Сломленный и подавленный инвалид войны, он потерял веру во все хорошее. Автор показывает, как война разрушает не только судьбы, но и психику человека. Такое равнодушие и безверие намного страшнее, чем физическая смерть. «Ты должен жить за четверых братьев. Смерть тебя пугать начнет, а ты виду не показывай. Пока с тобой возится, день пройдет, опоздает к другим. Из-за тебя другие дольше проживут». Автор показывает, что старик одинок в этой борьбе, сын его не поддерживает.

Таким образом, мы видим, что образы со значением «жизнь» тесно связаны с образом Альмандара. В финале пьесы он собирает близких ему людей, успокаивает и веселит их, зная, что утром должен забрать его Ажал. Умирая, утром, в цветущем яблоневом саду, он как бы дает всем людям напутствие, не только сельчанам, но и людям всей земли сохранить эту красоту жизни.

Т. Миннуллин в начале пьесы использует образ карты двух полушарий, который имеет конкретное географическое значение: Земля и татарская деревня Альдермеш, а второе значение, напоминающее форму яблок. Такое образное раздвижение рамок пространства позволяет ощутить размеры Жизни. Для Земли в масштабе Вселенной – это миг, для деревни в масштабе Земли – это Вечность. Хронотоп религиозных представлений о мире пересекается с хронотопом современных представлений о космическом пространстве и планете Земля, как части этого пространства. Так усиливается публицистическое звучание пьесы, проблемы войны и мира, жизни и смерти, уничтожения и возрождения, так из философских размышлений автор переносит нас на конкретную почву реальной, сегодняшней жизни, связанной с маленькой татарской деревней.

Основной композиционный принцип в пьесе Туфана Миннуллина «Монлы бер жыр» – движение мысли поэта Мусы Джалиля. Материалом для написания этой пьесы послужили не столько исторические и хронологические подробности, сколько духовная составляющая Мусы Джалиля. Основная проблема пьесы – связь нравственной основы творчества Джалиля и современных поэтов. Молодой поэт стремится постичь и понять корни героизма, он вызывает в своем воображении образы людей, которые были связаны с Мусой. Он оживляет их, перед ним предстают образы матери Джалиля, его соратников по борьбе с фашизмом, рейхсминистра и других. Образ поэта-современника связывает эпизоды действия. Движение мысли поэта предстает как принцип связи образов в композиции пьесы.

Образ героя Мусы Джалиля – это не «застывший» в мраморе образ совершенного человека, это диалектический процесс. Памятник расщепляется на многочисленные куски, каждый – отражение времени в его реальности, через эту призму проглядывают образы.

Опираясь на «Методологию комплексного изучения художественного произведения» Ю.Г. Нигматуллиной [2], попытаемся выявить в произведении пространственно-временную структуру и типы внутритекстовых связей. Образ М. Джалиля, будучи центральным в пьесе, получает завершение во всей системе образов. Автор часто говорит об улыбке поэта. Образ улыбки связан со значением смерти. Палач перед казнью с улыбкой на лице рассказывает о своей семье, дочери, которую он очень любит, и с такой же милой улыбкой предлагает Поэту показать место своей работы – гильотину. «Очень интересная машина. Продукт цивилизации». Палач очень хорошо помнит дату смерти одиннадцати человек из татарского легиона, она связана с рождением его сына, он купил жене тогда подарок. Т. Миннуллин показывает меру жизни и смерти для этого человека. Для Палача улыбка героев перед казнью – это философия, это высокая идея, которую, к сожалению, он не может снести вместе с головой, «ни один нож гильотины не пригоден для идеи».

Образ улыбки выступает и в общении джалильцев, приобретает особый смысл в их общении. В тюрьме улыбка ни к чему, – считает А. Алиш. Улыбка для героев означает огромную любовь к жизни. Вначале Поэт-современник не понимал при чем тут улыбка, прозрение его наступило, когда временные измерения в хронотопе пьесы сомкнулись, соединение принесло истину. Муса принимает его в свое братство: «Пиши, Поэт. Если надумал писать о нас, пиши», и своему товарищу: «А ты, Ахмед, улыбайся. Улыбайтесь, джигиты. Чтобы перед глазами будущего остаться улыбающимися».

Часто в своих пьесах драматург использует знак песни. Через этот образ он показывает путь от настоящего к будущему, от настоящего в прошлое, эти мосточки превращаются в большой мост вечности. Совесть – это тоже понятие вечности. «У совести вариантов нет», говорит Муса Поэту-современнику, когда тот пытается понять,

почему Муса не использовал бронь, чтобы не идти на фронт. Он мог остаться жить. На что Джалиль отвечает: «Голбакчага кердем мин // Голбакчага кердем мин лэ // Гол чэчэген оздем мин // Озелгэн гол чэчэге кук // Аерулыны сиздем мин...» («Кому не хочется жить? Жизнь дается один раз. Хоть еще один день бы пожить. На несколько минут встретиться и посидеть со своими друзьями – поэтами. Окунуться в синие воды Волги. Как хочется жить, друг, очень хочется...»). Песня воспринимается здесь как мостик памяти из прошлого через настоящее. Именно без прошлого не было бы Мусы, не было бы его друзей. Сила памяти прошлого совершенствует, шлифует время. Молодой Поэт пытается разобраться в грустных песнях Мусы. Кормаш: «Почему мы поем эти грустные песни, Алиш абый?». Алиш: «Не грустные. Нет грустных песен, есть мелодичные...». Муса добавляет: «Человек, который владеет этой напевностью, – счастливый человек. А счастливый человек не может быть грустным».

Поэт современник исследует не только жизнь героев, но прежде всего свое настоящее. Имеет ли он свою струну, мелодию, песню?

Поиски молодого поэта открыты, они заложены драматургом в сам сюжет пьесы. Исследует свое будущее и Муса. Вкус к жизни настолько велик, что он постоянно возвращается в памяти в свои любимые места, к любимым людям.

Туфан Миннуллин, чтобы исследовать источник возрождения этой духовной силы, вызывает в памяти Поэта образ матери Мусы. Чтобы ощутить силу духа героя, описана сцена матери и сына.

Мать: Почему поседели волосы, сынок?

Сын: Волосы нужны, чтобы сесть и выпадать, мама.

Мать: Что случилось с руками твоими. Они не поднимаются?

Сын: Иногда лучше, когда они не поднимаются. Я видел, многие погибли из-за поднятых рук.

Образ матери раскрывается здесь как символ жизни, вечности. Слова матери крепко вошли в душу: «Родину, язык, народ, песню, себя – береги...».

В образе песни драматург соединяет неразрывное время: прошлое, настоящее и будущее; соединяясь, они приводят к осознанию смысла жизни на земле. «Урманнарга керсән, сызгырып кер, // Селкенмэгән агач калмасын; // Урамнарда йорсән, оздереп йор, // Сокланмаган кеше калмасын».

Образ интернациональной песни, выступает не только как соединение времени-пространства, а смотрит далеко в будущее. Итальянец Ланфретдини говорит, что так похожи по духу итальянские и татарские песни. На что Муса ответил: «У каждого народа есть свой мон, своя напевность»

Драматург стремится поставить современника нашего времени в обстоятельства жизни и смерти. Пытается через эту извечную проблему провести его к пониманию истинности поэтического дарования. Мы видим не просто любовь Мусы к Родине вообще, а в конкретных проявлениях: к матери, к товарищам, к памяти прошлого.

Если человек потерял свою напевность, забыл язык матери и отца, его песню никто не услышит. Образ матери несет в себе истоки нравственности, духовности, мужества поэта.

Происходит переосмысление времени-пространства. Образ матери показан уже не в прошлом, не в настоящем, а в будущем. А молодой Поэт продолжает поиски самого себя в настоящем. Он услышал и понял значение слов Мусы: «Ничэ тапкыр синен тырнагыннан, котылдым мин, улем. «Беттем» дигән чакта, тормыш сузды мина кулын».

Джалильцы стояли между жизнью и смертью, а выбрали смерть. Между жизнью и смертью стояли Хаин и Палач, а выбрали жизнь. Возникает связь понятий небытие – вечность. Образ предателя Хаина выступает как носителя житейской обывательской философии. Ее

симптомы живы и сегодня. Во имя обогащения Хаины предают не только мать, Родину, но и самих себя. Драматург показывает предателя не раздавленным, а нападающим. Он страстно пытается убедить нашего современника: «Кто не хочет сохранить свою жизнь? Вы? Никому не хочется умирать. И я не упрекаю тех, кто предал свою душу. Вся жизнь – это базар, а на базаре – торгуют. Идею придумали, чтобы обманывать людей».

Т. Миннуллин противопоставляет Поэта Хаину. Поэт пытается понять, а Хаин навязать. Здесь во временной структуре как бы происходит соединение двух времен: настоящего и прошлого. Поэт приходит к тому, что неразрывность движения времени связана с пониманием человеческой жизни. Почему Хаин стал предателем? «Я очень завидовал Мусе и его товарищам. Они говорили – их слушали, они пели – их песни подхватывали. А я не знал таких слов. Не было песни, не было мелодии. За это и отомстил им». Образ предателя звучит и как предостережение настоящему и будущему.

Несмотря, что современник, оживляя в памяти образы Хаина и Палача, сталкивается с ними, он выходит победителем, так как постоянно ощущает поддержку Мусы и его товарищей.

Было сказано выше, что Муса тоже исследует будущее, и ему не безразлично, каким оно стало. На протяжении пьесы он подробно и искренне рассказывает и раскрывает современнику последние минуты своей жизни. Времена смыкаются для Поэта, наступает момент полного постижения смысла жизни и смерти человека.

Таким образом, проблема жизненного смысла раскрывается в композиции действия через отношения между Мусой и Поэтом. На основе слияния прошлого, настоящего и будущего в вечность. Именно здесь прослеживается его связь с родным домом, близкими людьми, ответственность Поэта за свой поступок.

Происходит четкое разграничение ценности и антиценности жизни. Дружба и предательство, любовь к жизни и страх за свою

шкуру. В обратных связях раскрывается смысл, заложенный в название пьесы «Монлы бер жыр». В строчках «Жизнь моя песней звенела в народе...» заключена связь всех значений, о которых мы говорили, это и образ улыбки, образ песни, образ матери, приобретающие смысловую емкость в обратных связях и являющиеся компонентами активного центра пьесы, ее фокусами на сюжетном и ритмико-интонационном уровне.

В прямых связях драматург ставит ряд философских проблем, ответ на которые ищет в истории гибели подпольной организации под руководством Мусы Джалиля. В свете активного центра в обратных связях обнаруживается причинно-следственная зависимость, нравственная основа творчества современных писателей и поэтов.

Литература:

1. Ромм М.И. Беседы о кино. М.: Искусство, 1964.
2. Нигматуллина Ю.Г. Методология комплексного изучения художественного произведения. Ч. 1. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 1976.

УДК 77.031.08; 316.77

Е.С. Дорощук

д-р пед. н., профессор

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© Е.С. Дорощук

К.Е. Иванова

магистр журналистики

г. Казань, Россия

© К.Е. Иванова

МОБИЛОГРАФИЯ В ПРОСТРАНСТВЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: К ВОПРОСУ О СТАНОВЛЕНИИ ЦИФРОВОГО ФОРМАТА

В статье представлены результаты исследования мобилографии как нового тренда развития фотографии в условиях цифровизации информационного пространства. Медийные характеристики мобилографии делают ее одним из перспективных направлений развития фотографической деятельности в социальных сетях. Авторы описывают функциональные и жанровые особенности мобилографии, представляя их в свете антропологического и семиотического подходов.

Ключевые слова: фотография, медиа, мобилография, социальные сети, репрезентация образа.

The article presents the results of the study of Mobilography as a new trend in the development of photography in the context of digitalization of information space. Media characteristics of Mobilography make it one of the perspective directions of development of photographic activity in social networks. The authors describe the functional and genre features of Mobilography, presenting them in the light of anthropological and semiotic approaches.

Key words: photography, media, Mobilography, social networks, image representation.

Фотография понимается в современном мире как искусство, как прием записи изображения, «световая живопись», кодировка момента времени в цифровой файл или проекция его на пленку. Такое толкование фотографии связано с ее технологическими и творческими сторонами. К первым относятся совершенствование и развитие сложных химических процессов, трансформация их в доступные цифровые методики, создание дигитального мира, в котором мы живем сегодня. Вторая – творческая – сторона связана в большей степени с авторскими приемами фиксации мгновений жизни, которые затем становятся приметам времени и свидетельствами развития человека.

Бесспорным является тот факт, что фотография эволюционирует в этих двух плоскостях. Объединяющим их началом стало появление мобильной съемки, которую можно отнести к самым радикальным изменениям технологии и творчества фотографии, так как не просто отражает техническую сторону процесса ее создания, но и демонстрирует рост простых пользователей, которые применяют подобную технику съемки и предпочитают ее всему остальному. Главными причинами этого становятся гибкое сочетание доступности, легкости применения данной технологии и широкие возможности совместного использования и повсеместного распространения смартфонов, камеры которых являются основным средством съемки.

В современных условиях тотальной визуализации феномен мобилографии или мобильной фотографии приобретает особую актуальность. Он свидетельствует о появлении и развитии нового типа культуры – технической культуры, основанной на технологическом подходе к передаче информации, где наряду с

текстовыми формами важными элементами становятся визуальные формы, которые в свете распространения Интернета и всеобщей мобилизации становятся преобладающими элементами коммуникации.

Истоки мобилографии связаны с появлением фотографии как медиума – проводника между объектом, человеком и образом. Существенную роль при этом сыграла массовая культура, так как способствовала становлению человека, для которого постоянно обновляющийся поток материально закрепленной визуальной информации (фотографии в газетах и журналах, кинокартины в синематографах, открытки, фотографические визитки, рекламные плакаты и афиши) стал повседневностью. Процесс затрагивал все сферы жизни, в том числе и фотографию: если камера-обскура и ее более совершенные аналоги были доступны только профессионалам, которые занимались фиксацией действительности, проявкой и печатью получившихся снимков (чаще всего самостоятельно), то с появлением компактных Kodak №1 (1888) и Leica I (1925) в разы увеличилось число людей, которые не связывали свою жизнь и профессиональную деятельность с фотографией, но стали также фиксировать будни. Визуальная информация, поставляемая массовому обществу фотографией, воспринималась быстрее, давая время на поиск новых зрительных впечатлений. Появившийся Интернет и вслед за ним социальные сети как форма социальной коммуникации стали неотъемлемой частью нашей жизни и платформой для развития новых форм фотографической деятельности.

Возросший темп жизни, техническое совершенствование мобильных устройств и каналов передачи данных, формирование и закрепление потребности постоянно находиться на связи привели к возникновению мобилографии как нового инструмента коммуникации, позволяющего организовать досуг, продвигать идеи и

формировать общественное мнение. По мнению Ю.В. Судич, изменение коммуникативных форм в структуре общества не может не накладывать отпечаток на поведенческие стандарты, поэтому мобильность фотоизображения, как при его создании, так и при его распространении, отражается в своеобразном буме мобилографов – создателей мобильной фотографии [9].

Еще одним фактором развития мобилографии становится усиление потребительской и творческой активности в социальных сетях – универсальной платформе мобильного творчества. По данным Левада-центр, на первые месяцы 2018 года 60 % россиян используют социальные сети и треть россиян (36 %) заходит в социальные сети ежедневно или практически ежедневно; 70 % пользователей социальных сетей считают их источником важной и новой информации [5].

Мобилография – новая отрасль фотографического творчества и на сегодняшний момент недостаточно изучена и оценена, что делает затрагиваемую тему актуальной и своевременной, однако, попытки исследования этого творческого массового феномена делаются исследователями разных отраслей знаний. Начало этим исследовательским изысканиям положили разработки теории фотографии как зарубежными (В. Беньямин, Р. Барт, С. Сонтаг, В. Флюссер, Ж. Бодрийяр), так и отечественными учеными (В. Левашов, П. Штомпка, М. К. Крышталева, Б. Г. Соколов, А. А. Кирютин). На сегодняшний день не существует четкого определения мобилографии, все попытки обозначить ее признаки сводятся к технологическим отличиям от фотографического способа отображения действительности и описанию тех аспектов, которые роднят ее с фотографией. Таким образом, мобилография трактуется как разновидность фотографического искусства, где съемка производится предметами, изначально не предназначенными для фотографирования: мобильными телефонами, карманными

персональными компьютерами (КПК), зажигалками, биноклями, и т.д. В отечественной теории фотографии этот термин появился в 2000-х гг., тогда же появились и первые мобильные телефоны со встроенной фотокамерой, и первые снимки. Из-за низкой разрешающей способности фотокамер, они имели довольно низкое качество, но могли быть интересны необычным ракурсом и спонтанностью изображения. В мобилографии определяющим фактором стало то, что изображено, его содержание, а не качество изображения. С развитием цифровых технологий, увеличившимся разрешением матрицы, совершенствованием графического процессора, улучшилось и качество мобильных изображений. Сейчас мобильную фотографию определяют как отдельную и уважаемую эстетику, самодостаточную в этом качестве.

Две стороны мобилографии позволяют судить о ее некоторой противоречивости: с одной стороны, простота использования мобильных устройств открывает дверь в массы, что приводит к избытку некачественной продукции, а с другой, мобильное устройство для фотосъемки создает возможности для новых подходов и экспериментальной фотографии. Как известно, фотография рассматривается исследователями в различных аспектах: как техническое средство, процесс съемки, как один из видов искусства, техника отображения окружающего мира. В основе фотографии лежит творческий процесс поиска и создания определенной композиции, которая может лечь в основу образа действительности. Именно возможность технической воспроизводимости, по словам В. Бенямина, делает фотографию уникальным средством и формой отражения жизни, создания картины мира [2; 3]. Свойство технической воспроизводимости становится главным свойством и мобилографии, которая не существует в других формах, как только технически воспроизводимых, цифровых и поэтому является легко повторяемым и распространяемым элементом и средством

коммуникации. Наряду с главной ценностью визуально-коммуникативного мира – информацией, продукты мобилографии сами по себе обладают информационной ценностью, так как несут информационные образы мира, фиксируя их в форме изображения.

Мобилография на сегодня – признанная сфера фотографической деятельности в мире, о чем свидетельствует целый ряд событий. Первая в мире выставка мобилографии прошла в 2002 году в Лондоне. На ней были представлены как работы рядовых владельцев телефонов с камерами, так и профессиональных фотографов. Экспозиция собрала тысячи посетителей и вызвала настоящий ажиотаж в прессе, подтвердивший тезис о том, что мобилография является новой ветвью фотоискусства. В 2004 году с подачи художника Дмитрия Резвана появилось Всероссийское общество мобилографов. На официальный сайт общества (www.mobilography.com) пользователи выкладывали свои мобильные фото, делились опытом и секретами съемки. С 2011 года проводится международный конкурс «Mobile Photography Awards», что доказывает конкурентоспособность мобильной фотографии.

Визуальные коммуникации все больше превращаются в коды и становятся манипулятивным инструментом. Данный вид коммуникации составляет базу нынешних масс-медиа, создающих визуальный интерфейс передачи и считывания информации, изменяя и переводя любую информацию в видимый язык. Фотография и вслед за ней мобилография как формы социальной активности производят визуальную культуру.

Если фотография трактуется в контексте антропологического подхода как медиум – то, что используется как средство, становится, по словам К. Вульфа, «первоисточником в производстве мира, местом сочленения нашего понимания себя и мира» [4, с. 156], то мобилография усиливает медиа-свойства изображения, делая его мгновенно распространяемым и доступным. Однако это приводит и к

снижению ценности изображений, по мнению А. Руйе, подчеркивавшего, что постоянное улучшение фотографической аппаратуры сопровождается непрерывным снижением документальной ценности изображений, которым трудно соответствовать новым потребностям сегодняшнего общества [8, с. 22].

Главными платформами для распространения мобильной фотографии являются социальные сети. Функции и особенности репрезентации мобилографии нами были изучены на примере одной из самых популярных социальных сетей, построенной на исключительной роли визуальной составляющей, сети Instagram. По данным ВЦИОМ этой сетью пользуются 14 % населения России, подавляющее большинство которых в возрасте 18–34 года [6]. С помощью визуализации в Instagram ведут фотохронику, рефлексуют, продвигают бренды и т.д. Социальная сеть постоянно развивается, добавляя новые интересные инструменты, которые используют не только рядовые пользователи, но и специалисты, работающие в области продвижения цифрового контента. Instagram является мощным инструментом коммуникации. Сеть Instagram стартовала в Сан-Франциско, авторы проекта Burbn, Кевин Систер и Майкл Кригер, связали его с мобильной фотографией. Отличительной особенностью стала возможность совершенствования мобильных фотографий путем наложения фильтров и распространения их в соцсетях, в том числе и собственной сети Instagram. На современном этапе Instagram используют не только как фотохранилище, но и как мощный инструмент рекламы. Instagram интегрирована с другими социальными сервисами: в приложении есть возможность репостов в ВКонтакте, Facebook, Twitter, Foursquare, Tumblr, Одноклассники, Flickr.

Социальная сеть представляет интерес со стороны профессиональных фотографов, как площадка для репрезентации профессионального контента в мобилографии, представления фото-

идей, вдохновения и творческих продуктов. По мнению Кэтрин Эдельман, использование Instagram предпочтительно для продвижения своих творческих идей, демонстрации процесса работы, проблематики творчества, того, чем «вы вдохновлены и от чего в восторге» [11].

Функциональный анализ мобилографии в Instagram за 2018 год позволил выявить функции фотографии в социальных сетях. К центральным из них относятся коммуникативная и моделирующая, поскольку при своей главенствующей роли мобильное изображение используется как средство общения, передачи информации и визуализации повседневности. К тому же, изображение – это мощный инструмент продвижения. Без изображения невозможно представить рекламные кампании. Также к функциональным особенностям мобилографии в Instagram относятся:

- наблюдение (отражение в мобилографии изображения того, за чем наблюдает пользователь);
- формирование образа, мифологизация образа;
- обмен культурным опытом и образами различных культур;
- социализация (Л.В. Чернавина и С.Т. Махлина, например, подчеркивают статусное самоопределение при помощи мобилографии, что позволяет пользователю заявить о себе и своей социальной позиции [10]).

Проведенный жанровый анализ мобилографии в Instagram позволил определить основные характеристики опубликованных снимков с позиций жанровой принадлежности. При этом мы опирались на положение Р. Барта о том, что фотопроект представляет собой объединенные действия трех лиц: фотографа (operator), объекта отображения (spektrum) и потребителя/зрителя (spektator) [1]. Мобилография сохраняет эти три составляющие. Отмечено наличие всех трех ролевых характеристик и тенденция к объединению ролей: в мобилографии фотограф, фотографируемый и

зритель могут быть представлены одним лицом. Это усиливает эмоциональность фотографий, делает их «живыми», трансакциональными, помогает включить в контекст восприятия снимка внутреннее состояние мобилографа и того, кто воспринимает и оценивает фотоснимок.

Выявлены следующие жанры мобилографии в Instagram:

- «селфи» – представляет собой разновидность автопортрета, созданную при помощи мобильных устройств на расстоянии вытянутой руки или с использованием дополнительного устройства – монопода. Именно в этом жанре происходит слияние ролей фотографа (operator), модели (spektrum) и зрителя (spektator). Однако в объектив камеры попадает лишь малая часть реальности: обычно это лицо или другая часть тела и не всегда полностью, что позволяет определить фотографии в этом жанре, как несущие информацию о том, где и как побывал автор, его настроении и оценке;

- пейзажная фотография – снимок, в центре которого – первозданная, либо преображенная человеком природа. В пейзажном произведении, как подчеркивает П.А. Полякова, особое значение придается построению перспективы и композиции вида, передаче состояния атмосферы, воздушной и световой среды, их изменчивости [7]. Фотографии в этом жанре особо привлекательны и эстетичны, что достигается путем добавления различных фильтров, удачного ракурса, а также правильной композиции;

- портрет – фотография человека, сделанная кем-то, в повседневной одежде, на фоне объектов или природы. Этот жанр помогает передать ощущение причастности к месту, побывав в котором человек может причислить себя к особенной категории людей;

- репортажная фотография – представление события, рассказ о нем при помощи фотографических образов, созданных средствами визуализации. Заявленная цель каждого фоторепортажа или

репортажной фотографии – донести тот или иной сюжет до целевой аудитории. От других фотографических жанров репортажная фотография отличается стремлением к максимальной объективности, серьезности и достоверности. Такие снимки обычно незначительно или вообще не обрабатываются, текст в посте несет пояснительный характер или важную информацию. Данные фотографии интересны в синтагматической последовательности, поскольку при таком рассмотрении описывают взгляд автора на происходящее, выявляют главное для него и определенных лиц. Подобные серии фото, как правило, фиксируют присутствие человека на определенном событии, что способствует интеграции участников коммуникации, солидарности и взаимодействию.

- постановочная фотография (свадебная, тематическая и портретная съемки, love story) – отличается качественной обработкой. С помощью такой фотографии личность конструирует новую реальность, выкладывая готовые снимки в социальные сети: обычно данные фотографии эстетически привлекательны, на них изображены счастливые люди, фотограф старается найти интересный ракурс, чтобы композиция эффектно подчеркивала достоинства изображаемых объектов в кадре. Именно поэтому такие фотографии собирают больше «лайков» и входят в различные рейтинги и топы социальных сетей (в Instagram – это официальный аккаунт социальной сети [Instagram.com/Instagram](https://www.instagram.com/Instagram/));

- ночная съемка – фотография в темное время суток, съемка ведется при помощи дополнительного источника света. Обычно это эстетически привлекательные фотографии, несущие атмосферу таинственности. Также при съемке светящихся объектов в ночное время с помощью выдержки передается динамика: «жизнь кипит даже ночью».

В ходе исследования было также отмечено, что если пять лет назад преобладали фотографии людей, в основном снятые на

мобильный телефон, на фоне природного ландшафта и объектов, то к 2018 году мобилографии, созданные любителями/пользователями, стали вытесняться мобилографиями, созданными профессиональными фотографами и профессиональными фотографиями. Это связано с такими факторами, как:

1) развитие фотографической техники: качество камер на сегодняшних смартфонах может конкурировать с профессиональными фотокамерами;

2) приглашение профессиональных фотографов и блогеров для съемок;

3) влияние предыдущих двух факторов на пользователей Instagram, которые, в свою очередь, тоже стали экспериментировать с ракурсом, композицией, светом и т.д.

Таким образом, проведенное исследование позволило определить особенности мобилографии в современной социальной сети специализированного характера. Главной из них является то, что мобилография является одним из коммуникативных способов репрезентации быта и жизни человека, напоминания другим пользователям о себе. Мобилография служит визуальной формой самопознания. Аналитическая составляющая фото в виде рефлексии обращена не только на размышления о самом себе, но и помогает пользователю раскрыть образ будущего, желаемого себя.

Мобилография на современном этапе – активная сфера процесса коммуникации между смотрящим фотографию и фотографом, проводником между ними выступает фотографируемый, грамотное использование визуальной составляющей создаваемого образа может способствовать формированию доверия со стороны потребителя и продвижению разного типа образов среди потенциальных посетителей.

Литература:

1. Барт Р. Camera lucida. М., 1997.

2. Беньямин В. Краткая история фотографии. М., 2017
3. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. М., 1996;
4. Вульф К. Антропология. История. Культура. Философия. СПб., 2008. С. 156
5. Информационные источники. Результаты опроса Левада-Центр от 18.04.2018. URL: <https://www.levada.ru/2018/04/18/informatsionnye-istochniki/> (дата обращения: 20.05.2018)
6. Каждому возрасту – свои сети. Результаты опроса от 12.02.2018. ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116691> (дата обращения: 10.05.2018).
7. Полякова П.А. Виды и жанры фотографии. URL: <https://sites.google.com/site/polinapolakova3/proekt/2-vidy-i-zanry-fotografij> (дата обращения: 20.03. 2018).
8. Руйе А. Фотография. Между документом и современным искусством. М., 2017. С. 22
9. Судич Ю.В. Роль социальных сетей в жизни молодежи. Новосибирск. URL: [http://www.sibac.info/archive/Social/8\(11\).pdf](http://www.sibac.info/archive/Social/8(11).pdf). (дата обращения: 12.02.2018).
10. Чернавина Л. В., Махлина С. Т. Роль фотографии в виртуальной жизни человека // Наука России: Цели и задачи. Сборник научных трудов, по материалам VII международной научно-практической конференции 10 февраля 2018 г. Екатеринбург: Изд. НИЦ «Л-Журнал», 2018. С. 71–75.
11. Is Art Photography? Catherine Edelman. What Offers Her Opinion / Lenc Culture от 06.06.2018. URL: <https://www.lensculture.com/articles/catherine-edelman-what-is-art-photography-catherine-edelman-offers-her-opinion?> (дата обращения: 06.06.2018).

Е.А. Зверева

канд. филол. н., доцент

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

г. Тамбов, Россия

© Е.А. Зверева

А.А. Попова

студент

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

г. Тамбов, Россия

© А.А. Попова

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ ЖУРНАЛЬНОГО ДИЗАЙНА

Для выявления современных трендов в дизайне журналов в работе изучены ведущие отечественные и зарубежные издания различных типологических групп: стилевые – «Esquire», «Seasons of Life», «Voque»; деловые и профессиональные – «The European Business Review», «AdNews»; новостные – «Time», «Foreign Policy», общественно–политический – «Русский репортер»; литературно–публицистический – «The New Yorker». В заключении сделан вывод о том, что трендами в журнальном дизайне являются главенство изображения, размещение фотографии на разворот, четкая дифференциация изображения и текста, «воздушность», мозаичность (эффект плитки), геометрия, двухмерность, контурные иконки, векторные иллюстрации, модульная система верстки, стилизация фото, тонировка, выворотка, лаконичность, цветовые тренды, леттеринг.

Ключевые слова: журналы, дизайн, тренды, иллюстрации.

To identify current trends in the design of journals, the leading domestic and foreign publications of various typological groups. Style – “Esquire”, “Seasons of Life”, “Voque”; business and professional – “The European Business Review”, “AdNews”; news – “Time”,

“Foreign Policy”, socio-political – “Russian reporter”; literary and journalistic – “The New Yorker”. In conclusion, the conclusion is made that the trends in the magazine design are the primacy of the image, the placement of the photo on the spread, a clear differentiation of the image and text, “airiness”, mosaic (tile effect), geometry, two-dimensionality, contour icons, vector illustrations, photo styling, tinting, turning, conciseness, color trends, lettering.

Key words: magazines, design, trends, illustrations.

Иллюстративная часть журнала – это своеобразный «визуальный код, выстраивающий систему символических ценностей: эстетических, моральных, социальных, гендерных и других» [2, с. 170]. Современный журнал в визуальной форме преподносит потребителю общепризнанную версию стиля жизни, картину мира и взаимоотношений в нем. Дизайн формирует облик издания и позволяет «маркировать» целевую аудиторию: характер визуального ряда дает возможность типологизировать журнал по аудиторному признаку.

В отечественной научной литературе дизайну изданий давно уделяется особое внимание. Стали классикой теории журналистики работы по дизайну журналов С.И. Галкина [5], В.В. Тулупова [16], труды под редакцией Э.А. Лазаревич [10], В.В. Волковой [9] и А.П. Киселёва [12]. В научной среде хорошо изучена теория композиционно-графического моделирования газет и журналов (В.В. Бакшин [1], М. Гарсиа [6], Д. Георгиев [7], С.М. Гуревич [8], И.Н. Табашников [15]). Появились работы по дизайну Н.Н. Воронова [4], А.Н. Лаврентьева [11]; исследования С.Л. Васильева [3], В.В. Тулупова, посвященные специфике восприятия газетно-журнальных полос.

Так, в исследовании А.С. Сундукова представлены тенденции оформления изданий разного типа [14, с. 18–20]: дробление

материала (пунктуация), авторский (фирменный) дизайн, журнал в журнале, разворотное вступление, фотографии-подложки, дизайн с «погружением» (визуализация темы) и стилизация.

Думается, что на определенном этапе указанные тенденции проявлялись достаточно ярко, но сфера дизайна априори очень подвижна, подвластна влияниям и моде. Как и в любом другом направлении дизайна, в оформлении журналов существуют свои тренды. И, как и любые модные тенденции, они изменчивы и нестабильны. Некоторые тренды впоследствии формируют стили дизайна, а некоторые исчезают без следа.

Для предметного анализа выбраны ведущие, трендовые отечественные и зарубежные издания различных типологических групп: стилевые – “Esquire”, “Seasons of Life”, “Voque”; деловые и профессиональные – “The European Business Review”, “AdNews”; новостные – “Time”, “Foreign Policy”, общественно–политический – «Русский репортер»; литературно-публицистический – “The New Yorker”.

Тренд – явление многозначное: с одной стороны, модные веяния неизменно приносят с собой нечто новое и свежее, с другой – следование им без оглядки может просто уничтожить индивидуальность, особенно если оперировать ими, не учитывая особенности самого издания, его тематическое направление и контент. Однако если использовать тренды с умом, дозировано и аккуратно, сохраняя фирменный стиль и лишь осовременивая его, безусловно, можно добиться отличного результата.

Рассмотрим ключевые тренды журнального дизайна.

Главенство изображения

Если еще недавно фотография, помещенная в журнале, была дополнением текста, то теперь, зачастую, она текст заменяет – яркая, красивая иллюстрация сказать может гораздо больше, чем самое тщательное и подробное описание. Сегодня фото – это и

иллюстрация и одновременно элемент дизайна – журнальные фотографии создают лучшие фотографии, над созданием определенного снимка с нужной эмоцией порой трудится профессиональная команда из полусотни человек. Соответственно, и на полосе она теперь занимает главенствующие позиции. Она большая и красивая, ей отводится лучшее место, она теперь – самое главное, она качественна, правильно кадрирована, одновременно информативна и художественна, экспрессивна и психологична.

Существует две основных тенденции размещения изображения на полосе, и первое – **размещение фотографии на разворот**, как правило, без полей – это создает одновременно привлекательный фон с яркими акцентами и иллюстрирует предлагаемый к прочтению материал. Текст в этом случае оформляется достаточно скупой, чтобы не перегрузить верстку. Иногда на фотографию заверстывается один лишь заголовок, и такой разворот предваряет основное тело статьи, являясь своеобразным титульным листом. В таком случае исчезают и практически все дополнительные «украшения», линейки колонтитулов, подложки, полосы максимально облегчаются. В этом случае кроме фотографии, может быть сделан всего один акцент – на заголовок. Но часто и им дизайнер жертвует в пользу изображения. Заголовочный комплекс делается тоньше и легче, не претендуя на главенство в этом тандеме. Яркие примеры этого явления можно наблюдать в журнале “Time” [23].

Другой актуальный способ размещения фотографий – **четкая дифференциация изображения и текста** – как правило, их даже располагают на соседних полосах, чтобы различие это было максимально очевидным. Таким образом, их уравнивают в правах: они занимают приблизительно равную площадь, при этом необязательно, чтобы вся полоса, отведенная для текста, была им заполнена. При выборе такого варианта соотношения изображения и текста, фото печатается в «белой рамке» – такой прием

максимально облегчает весь разворот и создает вокруг иллюстрации своеобразное обрамление – словно приравнивая его к картине. Полосы делятся ровно напополам (по вертикали или горизонтали) для создания такого же эффекта при использовании меньшей печатной площади. Таким образом, достигаются сразу две цели – удобочитаемость и эстетичность, что часто используется в журнале “The European Business Review” [21].

Из предыдущего наблюдения вытекает и следующее – **«воздушность» дизайна.** Обилие пробелов, белых пространств, «воздуха» – одна из ярких тенденций последнего времени. Стремясь избавиться от всего, кроме главного, уйти от неоправданного украшательства и излишней декоративности, дизайнеры высвобождают пространство полосы, создавая белые пространства. Исследователи спорят на счет причин этого явления. Может быть, дизайнерами движет желание как можно больше дистанцировать журнал от газеты, или просто наш мир устал от загроможденных контентом печатных площадей, а может это просто тренд, не имеющий под собой практической основы, – но факт остается фактом, воздуха в журналах все больше. И если прежде в журнале старались уместить максимально много всего одновременно, используя каждый сантиметр, то теперь, пресытившись возможностями современной компьютерной верстки, дизайнеры сознательно избегают лишних деталей и дополнительной усложненности пространства. Иногда это выливается в исключительный минимализм, когда на полосе запечатывается всего лишь одна строчка.

Один из сравнительно новых трендов – **мозаичность, эффект плитки.** Этот способ иллюстрирования обрел своих почитателей не только в среде журнального, но и всего графического дизайна в целом. Можно предположить, что в некоторой степени этот прием заимствован из конструктивизма, но только отчасти. Достигается

вышеназванный эффект разбивкой изображения на отдельные фрагменты, обычно сходной формы, или коллажированием разных фотографий таким же образом. За счет белого пространства между фрагментами объект уже не смотрится тяжеловесно и оставляет ощущение легкости на полосе, а верстка приобретает многослойность и необычность. Этот метод можно встретить в таких журналах как “Esquire” [18], «Русский репортер» [13].

Геометрия, мотивы простых фигур – один из трендов последнего времени в графическом дизайне. Иногда это отсылки к графике первых компьютеров, иногда нарочито-ромбообразный узор, или соты, или квадратные ячейки, а порой дизайнеры ограничиваются минималистичными украшениями все равно ясно указывающими на элементарную двухмерную геометрию.

Двухмерность можно выделить в отдельный тренд. Если до этого несколько последних лет в графическом дизайне все гнались за созданием эффекта трехмерного пространства, то в последнее время наблюдается напротив, тенденция к уплощению, что в сочетании с графичностью и геометричностью создает особый эффект сложного в простом.

На этот эффект работают и **контурные иконки**, колонтитулы и логотипы, которые активно используются в оформлении материалов, состоящих из небольших частей или для маркировки – изящные в своей простоте, они создают впечатление аккуратности и современности, детальной проработки дизайна.

Кроме этого, уплощению подверглись и изображения: кроме обычных фотографий и рисунков теперь стали активно использоваться **векторные иллюстрации**, с отчетливыми плавными линиями, без полутонов. Эти изображения, созданные с помощью компьютерной графики и основанные на примитивных геометрических объектах, так же, как вышеназванные приемы,

работают на создание особого простого, выверенного и при этом математически красивого стиля.

К этому же ряду тенденций стоит отнести **модульную систему верстки**, строго придерживающуюся базовой сетки. Если прежде она присутствовала лишь в качестве основы для грамотного расположения материалов, то теперь ее можно увидеть буквально невооруженным взглядом – модули правильных форм, подогнанные друг к другу, как детали конструктора, явно дают ее видеть даже тому, кто несведущ в дизайне. Это одновременно облегчает дизайн и дает место для воздуха и гарантирует завершенность композиции, что только увеличивает зрительную привлекательность журнала.

Другой способ облегчения полос реализуется за счет изображения и отсылает нас к тому моменту, когда в журналах только появлялись первые иллюстрации. Все достаточно просто – современные **фотографии стилизуются** под гравюру, тиснение, карандашный или акварельный рисунок – четкие границы размываются или уходят за счет изящества формы и снова, как итог, мы получаем приятную глазу легкую картинку. К тому же, остается возможность усложнить пространство полосы с помощью шрифтов и дополнительных декоративных элементов. Именно так поступают дизайнеры “The New Yorker” [22].

Кроме стилизации, популярен еще один способ облегчения изображения – **тонировка**. В отличие от предыдущего метода, тонировка не изменяет изображение по сути, но меняет его цветовую палитру, делая ее проще и сглаживая некоторые оттенки. Таким образом, полоса получается более однотонной по своей структуре и может быть усложнена за счет иных элементов. Иногда это делается для создания определенного стиля всей публикации.

Отдельно стоит упомянуть антипод воздушного дизайна – **выворотку**. С одной стороны, это и правда, полная противоположность – белые буквы на черном фоне. Но, с другой

стороны, и здесь абсолютный минимализм – темного пространства много, а текста буквально несколько строк. Очень хорошо сочетается выворотка с фотографиями, сделанным и на темном фоне – изображение словно выплывает из полосы, является ее продолжением. Ярким примером именно такого цветового решения можно назвать “AdNews” [17]. Но именно это правило используют, как правило, не для всего издания, а в качестве отдельных полос.

Вообще **лаконичность** тоже можно назвать ключевой тенденцией для современных изданий. Все больше входят в моду узкие шрифты, почти невесомые, высокие и тонкие, словно написанные одной линией – они динамичны, словно бы устремляются вверх, при этом растворяясь в полосе за счет своей легкости.

Линейки, если они используются в оформлении, под стать шрифту – максимально тонкие, либо полупрозрачные, дополнительные элементы оформления тоже максимально простые и завершенные, простых геометрических форм – круги, треугольники, иногда квадраты. Но в большинстве случаев от них отказываются вовсе, предпочитая завершенность функционального дизайна и исключая все, что не является обязательным. Дизайнеры сознательно избавляются от всего лишнего. Все одновременно просто и очень глубоко.

Есть, разумеется, определенные тренды и **в цвете**. Пережив бум цифровой печати, журналы сильно изменились, качество их бумажного исполнения улучшилось. Благодаря достижениям современной полиграфической печати есть возможность делать журналы фантастически яркими, воплощать практически любые задумки дизайнера, фотографа, автора. Передается все до мельчайших узоров и цветовых полутонов. Это, в частности, позволило несколько лет возглавлять журнальную моду тренду на пастельные оттенки (как, например, “Voque” [24]). Пудровые, шампань, зефир, сирень, оттенки мятного и бирюзового были популярны, как никогда. Но этот «бум» прошел, и сегодня в

журнальный дизайн снова вернулись чистые насыщенные цвета, яркие и ни с чем не смешанные, – появляются и в заголовках, и в логотипах, и в фонах.

Но вместе с этим, как не странно, популярность набирает и черно-белое цветовое решение, как вариант, с одним ярким акцентом, как выполнен, например, “Foreign Policy” [19].

Но порой стилизуется не только иллюстрация, но и весь дизайн. В наше время созданное вручную ценится, как более душевное, более искреннее, и «нарисованные» дизайны, все чаще появляются на страницах журналов, так же нарочито упрощенные. Особенно ярко это выражено в журнале “Seasons of Life” [20]. Рисованный логотип, фоны, заголовочный шрифт, имитирующий немного неаккуратный или напротив каллиграфический, но индивидуальный почерк – **леттеринг**, все это помогает создать ощущение чего-то авантюрного, но все-таки уютного и вдохновляющего.

Таким образом, на сегодняшний день существуют **следующие тренды в журнальном дизайне**: главенство изображения, размещение фотографии на разворот, четкая дифференциация изображения и текста, «воздушность», мозаичность (эффект плитки), геометрия, двухмерность, контурные иконки, векторные иллюстрации, модульная система верстки, стилизация фото, тонировка, выворотка, лаконичность, цветовые тренды, леттеринг.

Суммируя все вышперечисленное, можно отметить, что даже будучи отчасти противоречивыми, данные тенденции дополняют друг друга и перетекают одна в другую, благодаря чему создается неповторимый и яркий образ издания.

Литература:

1. Бакшин В. В. Оформление газет разного типа. М., 1981.
2. Буряковская В.А. Глянцевый журнал как феномен массовой культуры: речевое и прагматическое представление // Политическая лингвистика. 2012. № 1. С. 170.

3. Васильев С.Л. Форма периодического издания как ориентирующая система: структурный и функциональный анализ : автореф. дис. ... докт. филол. наук : 10.01.10. Воронеж, 2011.
4. Воронов Н.В. Дизайн: русская версия / Под ред. Г.В. Вершина. М., Тюмень, 2003.
5. Галкин С.И. Оформление газеты и журнала: от элемента к системе. М., 1984.
6. Гарсиа М. Как сделать содержание компактным // КАК. 2005. №2. С. 23-25.
7. Георгиев Д. Режиссура газеты. М., 1979.
8. Гуревич С.М. Оформление и выпуск районной газеты. М., 1969.
9. Дизайн газеты и журнала / под ред. В.В. Волковой. М., 2003.
10. Дизайн периодических изданий / Под редакцией проф. Э.А. Лазаревич. М., 2004.
11. Лаврентьев А.Н. История дизайна. М., 2007.
12. Оформление газет и журналов за рубежом / Под ред. А.П. Киселёва. М., 1978.
13. Русский репортер. 2018. № 1–2.
14. Сундуков, А.С. Дизайн российских журналов: история, теория, практика : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. Воронеж, 2011.
15. Табашников И.Н. Газета делается по модели // Теория и опыт композиционно-графического моделирования. М., 1980.
16. Тулупов В.В. Дизайн периодических изданий. СПб., 2006.
17. AdNews. 2018. February.
18. Esquire UK. 2018. January.
19. Foreign Policy. 2018. January 06.
20. Seasons of Life. 2017. № 39. Май-Июнь.
21. The European Business Review. 2018. January-February.
22. The New Yorker 2018. February 05.
23. Time International Edition. 2018. January 19.

24. Voque Australia. 2017. August.

УДК 070

Г.С. Мингазизова

магистр журналистики

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© Г.С. Мингазизова

**СПОРТИВНЫЕ ИНТЕРНЕТ-СМИ В СИСТЕМЕ
МЕЖДУНАРОДНОЙ СПОРТИВНО-МАССОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ**

В статье рассматриваются основные тенденции спортивной информации и система спортивных интернет-СМИ, в том числе международные спортивные медиаиздания.

Ключевые слова: интернет-СМИ, спортивная журналистика, спорт, сетевые издания.

The article describes the main trends of sports information and the system of sports Internet media, including international sports media publications.

Key words: online media, sports journalism, sport, network editions

Интернет на сегодняшний день стал универсальной платформой для развития спортивной журналистики и продвижения специализированной информации. Посредством Интернета создается иллюзия индивидуальной коммуникации, а по масштабу охвата аудитории Интернет занимает лидирующие позиции. Все форматы СМИ представлены в Интернете: телевизионные программы мгновенно выкладываются в сеть, печатные статьи публикуются на официальных интернет-ресурсах газет, поэтому Интернет рассматривается как оперативное средство передачи спортивной информации. Более полутора миллионов сайтов, посвященных

спорту, существует в интернет-пространстве, условно их можно разделить на две категории.

1. Первая категория включает в себя спортивные сайты, предоставляющие узкоспециализированную спортивную информацию. Это могут быть как официальные, так и неофициальные источники. Среди них:

- сайты официальных организаций (Международная федерация футбола <http://www.fifa.com>; Международная федерация плавания <http://www.fina.org>);

- сайты, освещающие определенные виды спорта (Теннисный портал <http://tennisportal.ru>; Фигурное катание на коньках <https://www.tulup.ru>);

- официальные сайты спортсменов (Официальный сайт фигуриста Евгения Плющенко <http://evgeni-plushenko.com>);

- сайты фан-клубов и болельщиков (Сайт болельщиков ЦСКА Москва <http://rbworld.org>; Сайт поклонников теннисиста Роджера Федерера <http://www.rogerfederer.ru>).

2. Во вторую категорию входят сайты, связанные со спортивной интернет-журналистикой:

- спортивные порталы;

- сайты спортивных информационных агентств;

- сайты спортивных интернет-СМИ;

- сайты, которые являются спортивными рубриками в неспециализированных интернет-изданиях, и спортивные разделы на сайтах крупных радиостанций, телекомпаний;

- онлайн-версии спортивных телеканалов.

Интернет-порталы являются «объединяющим местом», куда помещены ссылки, материалы, интересующие пользователей. Данный вид сайтов можно считать комфортной поисковой системой. Например, интернет-портал Sportbox.ru стартовал в мае 2007 года и сейчас является одним из самых крупных и посещаемых российских

спортивных сайтов. По количеству посетителей (ежемесячная аудитория портала – 6 миллионов человек) уверенно входит в первую сотню порталов рунета.

Система спортивных информационных агентств начала складываться относительно недавно. Свою деятельность они выстраивают на тех же моделях работы, что и известные информационные агентства (ИТАР-ТАСС, «РосБалт», «Интерфакс» и т. п.). Например, «Спортком» (sportcom.ru) – информационное агентство, на сайте которого размещаются новости по 190 видам спорта, а также онлайн-трансляции и результаты соревнований, телепрограмма. На сайте также можно найти базу данных по максимально возможному охвату тем: история спорта, правила видов спорта, календари, характеристики федераций, клубов, спортивных школ, международных и российских спортивных организаций.

Исследователь спортивной журналистики Е.А. Войтик выделяет в структуре спортивных онлайн-СМИ следующие виды

- интернет-газеты («Спорт сегодня» (sports.ru));
- интернет-журналы («Мото» – журнал о мотоциклах и мотоспорте (moto.zr.ru), "Fightsnews.ru" – журнал о боксе (fightsnews.ru));
- вебблоги (авторские, сетевые журналы) (sportblog.ru);
- дайджесты [1, с. 128].

Спортивные рубрики в неспециализированных интернет-СМИ создаются с целью привлечения дополнительной аудитории, ведь спорт заинтересовывает и тем самым является для издания источником привлечения новых читателей. Например, спортивный раздел BBC Sport на сайте Британской широкоэвещательной корпорации (<http://www.bbc.com/sport>). Онлайн-трансляции спортивных соревнований являются самой популярной и рейтинговой опцией на спортивных сайтах. Е.А. Войтик предлагает

систематизировать существующие на сегодня виды онлайн-трансляций, исходя из их структурно-содержательных особенностей:

1. Текстовые. В настоящее время составляют около 80 % всех видов онлайн-трансляций. Чаще всего подобный вид трансляций встречается на сайтах спортивных команд, клубов, спортивных букмекерских контор. Выделяется два подвида: краткие (представляющие только текущий счет или результат, а также время, прошедшее после начала соревнования) и полные версии (в подобном случае в нескольких предложениях в режиме реального времени рассказывается об основных событиях, происходящих на стадионе во время конкретного матча).

2. Аудио. Подразделяются на два подвида: собственные интернет-трансляции и трансляции спортивных соревнований на радиостанциях, имеющих вещание в сети Интернет.

3. Видео. В настоящий момент существуют три подвида: фрагментарная (основанная на архивированных материалах), презентующая пользователям наиболее яркие и кульминационные моменты конкретного соревнования; прямая и архивированная; собственная трансляция (встречаются крайне редко, так как требуют существенных организационных, финансовых и технических затрат) [1, с. 179].

Стоит учесть, что разнообразие форм и видов организации потоков спортивной информации в значительной степени базируется на коммуникационных и технологических возможностях «старых» СМИ – печатной прессы, радио, телевидения. Интернет вкупе с традиционным подходом работы журналиста является самым привлекательным источником получения спортивной информации. Спорт давно находится в тренде, как и сеть Интернет. Связав два этих оплота популярности и рейтинга, издания получают колоссальную отдачу от читателей.

На международной арене спортивная журналистика, безусловно, является одним из самых перспективных и популярных

направлений. В большинстве развитых стран выстроена своя инфраструктура средств массовой информации, посвященных спорту, что связано с высокой популярностью спорта и всеобщим вниманием к мировым спортивным праздникам, которые требуют высококвалифицированного профессионального освещения. В качестве примера ведущих печатных спортивных изданий можно привести The Sporting Life (1859-1998), The Sunday Sport (1986), The Daily Sport (1991) (Великобритания), La Gazzetta Delia Sport (1896) (Италия), Paris Match (1949) (Франция), Kicker (1920) и Sport Bild (1988) (Германия), Don Balon (1975) (Испания), и др. Общенациональные издания также уделяют целые развороты спортивной тематике, а иногда ведущие спортивные новости размещаются на первой полосе.

Ведущими мировыми спортивными телеканалами являются Sky Sports, BBC Sport (Великобритания), Canal Plus (Франция), Rai Sport (Италия), El Deportes (Испания), GOL (Бразилия), Zee Sports (Индия), CCTV5 (Китай). Существуют также транснациональные телевизионные каналы, принадлежащие крупным мировым развлекательным холдингам. Такие телеканалы вещают на большинство стран Европы и мира. Это, прежде всего, Eurosport (Франция), RTL sport (Германия), Viasat (Швеция). Спортивные трансляции важнейших соревнований проходят также на общенациональных телеканалах.

Особая специфика Интернета позволила без использования высокобюджетного оборудования и технической базы транслировать и освещать спортивные события. Активное развитие сетевых средств массовой информации, освещающих проблематику спорта, дало развитие сайтам спортивных организаций, специализированным спортивным сайтам, сайтам, посвященным отдельным спортивным соревнованиям и созданным специально для них, персональным сайтам спортсменов и сайтам фан-групп.

Согласно исследованию Е. Малышева, чтобы удовлетворить потребности даже самых опытных интернет-пользователей, профессиональные сетевые издания обязаны отвечать ряду критериев:

- регулярное обновление информации;
- репутация издания: публикуемые материалы должны максимально правдиво раскрывать ситуацию. Особую весомость в компетентность добавляют количество ссылок на материал в других интернет-сайтах;
- удобный интерфейс и современный дизайн;
- грамотное изложение материала [2, с. 1].

Спортивная журналистика является специализированной областью СМИ, что находит отражение и в процессах дифференциации и специализации средств массовой информации. Как показывает практика, данное направление развития является верным, так как потребитель нуждается в качественном информационном продукте в соответствии с его интересами.

Литература:

1. Войтик Е.А. Спортивная журналистика. Томск, 2004.
2. Малышев Е.П. Что считать онлайн СМИ? // Медиаскоп. URL:www.mediascope.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=90&Itemid=0 (дата обращения: 24.10.2017).

А.И. Мирошниченко

студент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

©А.И. Мирошниченко

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МОБИЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В США

В данной статье рассмотрена специфика мобильных платформ, а также выявлены современные тенденции развития мобильной журналистики в США. На примере интернет-газеты “The New York Times” и информационного агентства “Associated Press” выявлены особенности американских мобильных медиа на конкретных интернет-платформах (официальный сайт, Instagram и Twitter).

Ключевые слова: мобильная журналистика, мобильные новости, современные тенденции развития, The New York Times, Associated Press, Instagram, Twitter.

In this article we studied and viewed the specific of mobile platforms and the modern development trends of mobile journalistic in USA for example, online newspaper “The New York Times” and news-agency “Associated Press” on the specific platforms (official site, Instagram and Twitter).

Key words: mobile journalistic, mobile news, modern development trends, The New York Times, Associated Press, Instagram, Twitter.

Научно-технический прогресс и информатизация общества диктуют необходимость увеличения темпов развития СМИ и появление новых. Одним из таковых является мобильная журналистика. Она вобрала в себя весь спектр новейших информационных технологий и стала принципиально новой формой профессионально-творческой деятельности [2].

На сегодняшний день невозможно отрицать, что СМИ перестали быть единственным и самым оперативным источником информации. Социальные сети Twitter и Facebook предоставляют пользователям информацию, которая появится позже даже в ведущих информационных агентствах [1, с. 11]. В мессенджерах и социальных сетях люди находят не только игры, видео, товары и услуги, но и новости. В силу того, что аудитория переместилась в WhatsApp, Twitter, Viber, Telegram, Facebook и т.д., СМИ осваивают и это пространство [3]. Уже сейчас деятельность СМИ в социальных сетях и мессенджерах претерпела модификации. Если ранее публикации на новых платформах представляли собой ссылки на оригинальные материалы изданий, то теперь сервисы стараются распространять контент напрямую. Так решается задача удержания внимания читателя, моментального его вовлечения в тему публикации [1, с. 28–29].

Что касается самого контента, то в соответствии с правилами Интернета, он становится дробным: на один абзац – одна мысль. Это связано со спецификой данных платформ. Ведь глобальная сеть пестрит информацией и, чтобы охватить максимальное ее количество, пользователю приходится лишь «пробегать» по тексту глазами, сканировать его. Согласно данным статистики, у медиаресурса есть чуть больше восьми секунд для того, чтобы привлечь внимание [7].

Секретарь Союза журналистов России Тимур Шафир считает, что социальные сети и мессенджеры – шаг в развитии средств коммуникации, новый этап развития профессионального журналиста, задача которого – найти верную тактику их использования. Однако они не смогут поглотить всю журналистику целиком [4].

Зарубежные коллеги уже относительно давно работают на платформах мессенджеров и социальных сетей. Так, редактор мобильной версии “The Hindustan Times” Юсуф Омар говорит, что на данный момент мобильная журналистика существует на протяжении

пяти-шести лет. Омар, используя платформу “Snapchat” для оригинального способа подачи историй, убежден, что в мобильной журналистике нет места законам, правилам и мнениям. Здесь можно делать все, что угодно. Поэтому журналист видит необходимость изменения мобильной профессиональной сферы – очистить данное пространство от профессиональных привычек (например, использование во время съемки штатива).

Мобильная журналистика несет множество возможностей, как для журналистов, так и для средств массовой информации. Для корреспондента – это возможность изобрести способ подачи и форму материала, сочетающие в себе использование продуктов технического прогресса и журналистскую фантазию, творчество. Для газет мобильная журналистика – это возможность предоставить широкий спектр визуальной информации. Что касается телевидения, то здесь также предоставляется простор для фантазии [8].

В ходе нашего исследования были проанализированы публикации “The New York Times” и информационного агентства “Associated Press” на наиболее популярных мобильных платформах Twitter и Instagram, а также оригинальные полноценные тексты на сайтах самих изданий.

В силу того, что формат ежедневной газеты отличается от формата информационного агентства, изданиями “The New York Times” и “Associated Press” используются различные платформы.

Так, газета “The New York Times” распространяется в печатном виде, в интернет-режиме по платной подписке, а также публикует анонсы своих материалов на страничках в Facebook, Twitter и Instagram. Информационное агентство “Associated Press” в силу необходимости в оперативности базируется на сайте, а также в Facebook и Twitter. Поэтому анализ мобильных публикаций газеты “The New York Times” был проведен на основе Instagram [11], а

анализ информационного агентства “Associated Press” – на основе Twitter [6].

Был выявлен ряд современных тенденций развития мобильной журналистики США:

1) Мобильные платформы. Для информационных агентств предпочтительным становится использование мобильных платформ, специализирующихся на оперативной доставке емкой информации (Twitter, Facebook). Интернет-газеты, в свою очередь, могут позволить себе развернуть журналистскую и рекламную деятельность на совершенно разнообразных платформах (Twitter, Facebook, Instagram);

2) Частота публикации мобильных новостей. Специфика информационных агентств и количество подписчиков диктуют необходимость большего количества публикаций, притом как на официальном сайте, так и на мобильных платформах (в 12 раз чаще). (“The New York Times” – 5 мобильных новостей в сутки, более 3 миллионов подписчиков; “Associated Press” – 60 мобильных новостей в сутки, более 12 миллионов подписчиков);

3) Формат мобильных новостей. На платформе Instagram в 95 % случаев публикуются мобильные новости, являющиеся частью материалов, представленных на сайте и анонсирующие их. Например, в мобильной новости “The New York Times”, анонсирующей публикацию “Nikolaj Coster-Waldau: The First Time I Recognized My Selfishness”, автор анонсирует как оригинальный материал артиста, так и рубрику в целом: «В специальной серии “The New York Times” значимые фигуры пишут о своем первом опыте в какой-то области, что сильно повлияло на их жизнь» [9]/

На платформе Twitter мобильные новости ограничиваются 438 знаками и не выходят за рамки двух емких и информативных предложений. Однако на данной платформе намечается сдвиг в периодическом использовании ее наравне с основным способом доставки новостей информационным агентством – сайтом. Об этом

говорит тот факт, что в 75 % мобильных публикаций не представлено ссылки на оригинальный материал сайта, который находится, в свою очередь, только в процессе создания;

4) Темы мобильных новостей. Спектр тем публикаций чрезвычайно велик, однако, если в Instagram интернет-газеты “The New York Times” сложно выделить какую-либо преобладающую тему, то в Twitter информационного агентства “Associated Press” представлены преимущественно новости социальной (40 %), политической тематики (20 %), а также касающиеся происшествий (40 %);

5) Использование фото- и видео-изображений. Визуализирующая специфика мобильной платформы Instagram обязывает интернет-газеты использовать художественные фотографии, способные рассказать историю. Отметим, что в описании аккаунта “The New York Times” четко обозначили свою позицию на данной платформе: «Рассказываем истории наглядно». В Twitter изображения встречаются реже, преимущественно уже прикрепленные к ссылке на оригинальный материал издания;

6) Использование гиперссылок (в том числе хэштегов, ссылок на другие аккаунты). В Instagram использование специфических для мобильной платформы хэштегов и ссылок на аккаунты проявляется значительно ярче, нежели в Twitter;

7) Принадлежность материалов интернет-изданий к жанрам. На сайте интернет-газеты “The New York Times” представлен весь спектр журналистских жанров [10]. В информационном агентстве “Associated Press” материалы выполнены преимущественно в информационных и аналитических жанрах. На мобильной платформе наиболее часто анонсируются заметки (55 %), статьи (23 %) и журналистские расследования (22 %) [5];

8) Актуальность размещения новостей на мобильных платформах. Мобильные новости поднимают злободневные проблемы, соответствующие потребностям аудитории платформ, они

выполняются по их строгим законам (только самое важное и интересное). Основопологающим фактором публикации в Instagram нередко является наглядность фотографии и ее способность самостоятельно рассказать историю и привлечь внимание. В Twitter – необходимость доставить информацию максимально емко, четко и оперативно.

Литература:

1. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. Екатеринбург, 2016.
2. Журналистика: все компактней и мобильней // Радиопортал. 16.02.2016. [Электронный ресурс] URL: <http://www.radiportal.ru/news/zhurnalistika-vsyo-kompaktney-i-mobilney> (дата обращения: 11.10.2017).
3. Пуля В., Корнев М. 10 трендов новых медиа в 2016 году // MediaToolbox. [Электронный ресурс] URL: <http://mediatoolbox.ru/trends2016/> (дата обращения: 13.10.2017).
4. Эксперты рассказали, как мессенджеры влияют на журналистику // РИА Новости. 11.08.2017. [Электронный ресурс] URL: <https://ria.ru/society/20170811/1500183953.html> (дата обращения: 16.10.2017).
5. Associated Press. [Электронный ресурс] URL: <https://apnews.com/> (дата обращения: 21.01.2018).
6. Associated Press (@AP) // Twitter. [Электронный ресурс] URL: <https://twitter.com/AP> (дата обращения: 9.12.2017).
7. Attention Span Statistics // Statistic Brain. [Электронный ресурс] URL: <https://www.statisticbrain.com/attention-span-statistics/> (дата обращения: 16.10.2017).
8. Clothilde Goujard. Мобильная журналистика: как тожо входит в новостные редакции // IJNet. 11.11.2016. [Электронный ресурс] URL: <https://ijnet.org/ru/blog/мобильная-журналистика-как-тожо-входит-в-новостные-редакции> (Дата обращения: 11.10 2017).

9. Coster-Waldau N. Nikolaj Coster-Waldau: The First Time I Recognized My Selfishness // The New York Times. 24.04.2017. [Электронный ресурс] URL: <https://www.nytimes.com/2017/04/24/arts/television/nikolaj-coster-waldau-the-first-time-i-recognized-my-selfishness.html> (дата обращения: 19.10.2017).
10. The New York Times. [Электронный ресурс] URL: <https://www.nytimes.com> (дата обращения: 21.01.2018).
11. The New York Times (@nytimes) // Instagram. [Электронный ресурс] URL: <https://www.instagram.com/nytimes/> (дата обращения: 9.12.2017).

УДК 070

Т.А. Наговицина

канд. филол. наук

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© Т.А. Наговицина

ФЕЙКОВЫЕ НОВОСТИ КАК НОВЫЙ ЭЛЕМЕНТ МУЛЬТИМЕДИЙНОГО КОНТЕНТА

В статье говорится о фейковых новостях как элементе мультимедийного контента. Дается определение и характеристики фейковых новостей, приводятся примеры, рассматриваются причины их появления.

Ключевые слова: фейковые новости, мультимедиа, контент, дезинформация, политика, конкуренция.

The article talks about fake news as an element of multimedia content. The definition and characteristics of the file are given, examples of fake news are given, and the reasons for their appearance are discussed.

Key words: Fake news, multimedia, content, disinformation, politics, competition.

Сегодня СМИ не всегда придерживаются принципов «Что? Где? Когда?» и зачастую занимаются откровенной манипуляцией общественным сознанием. Для этого достаточно часто используются фейковые новости как особый тип передачи и распространения ложной информации. Фраза «фейковые новости» стала фразой 2017 года.

Слово «фейк» означает в переводе с английского "fake" подделка или фальсификация. Очень часто можно наблюдать фейки в СМИ и социальных сетях. Сегодня даже существует специальная программа, разработанная сотрудником центра цифровой журналистики при Колумбийском университете в США Крэггом Силверманом, согласно которой слухи и различные материалы, основанные на неподтверждённых фактах и фейковых источниках, получают в социальных сетях большее распространение, чем статьи с последующим опровержением. Об этом 29 сентября 2017 года сообщила The New York Times.

Фейки появились еще в конце 1760-х годов, когда встал вопрос об информационной войне против Британской короны. Американский посол во Франции Бенджамин Франклин выпустил целый фейковый выпуск в Бостоне газеты The Independent Chronicle. Суть одного из материалов заключалась в том, что в районе Нью-Йорка найдены мешки с 700 скальпами, которые якобы содрали с колонистов индейцы – союзники короля Георга. Материал имел огромный резонанс и его перепечатали газеты почти всех тринадцати тогдашних штатов.

Одним из наиболее распространенных приемов, используемых СМИ при создании фейковых новостей, является преднамеренная дезинформация. С.Г. Кара-Мурза отмечает, что «наглая ложь оказывается предпочтительной, потому что она разрушает всякую возможность диалога» [1, с. 301].

Любая дезинформация подразумевает манипуляции того или иного рода. Как считает И.В. Беляева, манипуляция осуществляется

тогда, когда адресант не может увидеть за реально сказанным намеренно завуалированной интенции адресанта» [2, с. 46].

Интересный вывод, на наш взгляд, делает О.В. Корецкая, считая, что план выражения фейковых новостей более важен, чем их план содержания, поэтому для привлечения внимания читателей в них используются всевозможные языковые средства [3, с. 43].

Мы согласны с мнением Н. Баловсяк, что от сегодняшнего потребителя новостного контента требуется не только умение читать, но и умение анализировать новости: довольно часто новости, опубликованные в Сети, даже на сайтах серьезных медиа, являются неправдой [4].

Вопросы манипуляции в рамках различных коммуникаций рассмотрены достаточно широко. В частности, в работах Д. Брайнта, С. Томпсона, И.М. Дзялошинского, Я.Н. Засурского, Г.Г. Почепцова, Р.Р. Газизова и др.

Сегодня в мультимедийных СМИ заведомо ложные факты становятся частью реальной действительности. Так, в марте 2016 года на сайте НТВ появилось сообщение о том, что Ангела Меркель, канцлер Германии, сделала селфи с бельгийским смертником (НТВ, 26.03.2016, [http://www .ntv.ru/novosti/1616598/](http://www.ntv.ru/novosti/1616598/)). На самом деле это оказался совсем другой человек, внешне похожий на преступника. Причем конкретного имени молодого человека не указывалось. Фальсификация фактов здесь использовалась для формирования отрицательного отношения к Меркель, а в ее лице и ко всей Германии.

Как показали наши исследования, фейковые новости в большинстве своем касаются политических новостей. Так, в эфире телеканала Россия 24 была озвучена информация о том, что спикер Совета Федерации РФ Валентина Матвиенко заявила, что при штурме ГУ МВД Украины в Крыму погибли россияне. В этот же день Lenta.ru дала опровержение. На следующий день гибель россиян опроверг генконсул РФ в Крыму Вячеслав Светличный: «Было

несколько выстрелов в воздух с обеих сторон, но о жертвах или пострадавших данных нет», – заявил он. Чуть позже эту же информацию подтвердил глава ВС Крыма Владимир Константинов (<http://www.toptj.com/news/2014/3/1/>).

Одной из причин появления фейковых новостей, на наш взгляд, является вынужденная оперативность подачи информации. Часто у журналистов нет возможности проверить достоверность контента. Между тем, это нисколько не оправдывает журналистов и не является основной причиной появления фейковых новостей. Главное – погоня за сенсацией, конкуренция за рейтинги между СМИ. Возникающие из-за фейковых новостей скандалы приносят медиа-сайтам дивиденды в виде определенных финансовых сумм.

Манипуляции, которые достигаются с помощью использования фальшивых фото, видео и графики, различных языковых приемов связаны с психологическим воздействием на потребителя информации. Фейковые новости помогают отвлечь внимание от более важных новостей.

Различные СМИ имеют разный манипулятивный потенциал. Если печатные СМИ в определенной степени ограничены в возможностях манипулирования по причине отсутствия аудио и видео, то телевидение, сочетающее в себе звук и картинку, имеет более высокий манипулятивный потенциал. На первом месте по наличию манипулятивного потенциала сегодня находится Интернет, имеющий самую большую аудиторию.

По понятным политическим причинам много фейковых новостей пишут о России зарубежные СМИ. Министерство иностранных дел России с февраля 2017 года на своем сайте публикует примеры статей, содержащих недостоверные данные о нашей стране. Так, 20 февраля 2017 г. британская ежедневная газета The Telegraph поместила на своих страницах материал «О "российском следе" в организации попытки переворота в

Черногории» (<http://www.mid.ru/ru/nedostovernie-publikacii/>), не соответствующий действительности. 16 октября 2017 г. британская газета The Times опубликовала материал, содержащий очередные домыслы о российской политике в Афганистане (http://www.mid.ru/ru/nedostovernie-publikacii/-/asset_publisher/nTzOQTrrCFd0/con). На сегодняшний день на сайте МИД размещено около 50 материалов подобного рода.

Фейковые новости получили широкое распространение во время последней американской предвыборной кампании. Так, фейки о выступлении Папы Римского, благословившего Трампа на победу в борьбе стать 42 президентом США, и о финансовой поддержке Клинтон ИГИЛ, запрещенной в России группировки, распространяли миллионы пользователей Facebook. Как показывают результаты исследований Buzz Feed News, за последние три месяца президентской кампании в США некоторые популярные фейковые новости привлекли больше внимания пользователей Facebook, чем настоящие статьи таких известных изданий как The New York Times, Washington Post и др. (<https://ru.insider.pro/analytics/2016-11-17/>). Одним из лидеров по фейковым новостям является сегодня YouTube.

Подводя итог данной статьи, можно сделать следующие выводы. Фейковые новости, искажая информацию, изменяют категории доверия к тому, что публикуют СМИ и Интернет, в связи с этим необходимо выработать механизмы оценки информации. Основной причиной распространения фейкового контента является погоня за сенсацией. Чаще всего фейки представляют собой информацию о событиях, которые можно охарактеризовать как «из ряда вон выходящие». Упрощение информации также может лежать в основе фейкового медиаконтента.

Фейковые новости могут передаваться из одного СМИ в другое. Как предполагают ученые, со временем в арсенале каждого интернет-

пользователя окажется устройство для выявления контента фейковых новостей.

Литература:

1. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Алгоритм, 2004.

2. Беляева И.В. Феномен речевой манипуляции: лингвистический аспект: автореф. дисс. ... док-ра. филол. н. Ростов-на-Дону, 2009.

3. Корецкая О.В. Фейковые новости как объект изучения медиалингвистики (на примере англоязычных СМИ) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2017. № 9. Ч. 1. С. 118–120.

4. Баловсяк Н. Фейковые новости – феномен современного медиапространства. URL: <http://www.towave.ru/pub/feikovye-novosti-fenomen-sovremennogo-mediapros> (дата обращения: 18. 01.2018).

УДК 070

Нгуен Тхи Нят Линь

студент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия – Вьетнам

©Н.Т.Н.Линь

**КОРПУНКТ НАЦИОНАЛЬНОГО РАДИО
«ГОЛОС ВЬЕТНАМА» В РОССИИ:
ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ**

В данной статье автор выявляет особенности работы корпункта национального радио «Голос Вьетнама». Автор изучает опыт работы корпункта радио «Голос Вьетнама» как достоверный источник в предоставлении информации вьетнамской аудитории о нынешнем статусе дипломатических отношений между Россией и Вьетнамом.

Ключевые слова: корпункт, радио «Голос Вьетнама», структура, сотрудничество, представительство

In this article, the author reveals the features of the bureau of the national radio "Voice of Vietnam". The author studies the work experience of the Voice of Vietnam Radio Bureau as a reliable source in providing information to the Vietnamese audience on the current status of diplomatic relations between Russia and Vietnam.

Key words: bureau, radio "Voice of Vietnam", structure, cooperation, representation

На совещании по вопросу о создании корпункта радио «Голос Вьетнама» в Австралии 6 июля 2017 года премьер-министр СРВ Нгуен Сюань Фук подчеркнул, что радио должно активно балансировать и распределять средства корпунктам за рубежом в рамках бюджетных средств, выделяемых на его развитие государством ежегодно, и других законных источников финансирования [2]. Премьер-министр также говорил о необходимости подбора квалифицированных корреспондентов для работы в корпунктах; координации с заинтересованными министерствами и ведомствами (в частности, Министерством иностранных дел, Министерством общественной безопасности и Министерством обороны) при выполнении поставленных политических задач; строгом соблюдении Закона об иностранных представительствах Вьетнама в процессе установления рабочих контактов между корпунктом радио «Голос Вьетнама» и иными представительствами Вьетнама в принимающей стране и с принимающей страной [2].

Корпункты радио «Голос Вьетнама» имеют хорошие традиционные отношения с корпунктами других вьетнамских медиа-холдингов в России, таких как корпункт «Вьетнамского Информационного Агентства», корпункт «Вьетнамского

телевидения», газеты «Народ» («Нян Зан»). Также в процессе работы корпункта радио «Голос Вьетнама» журналисты сотрудничают и координируют свои действия с журналистами представительств других вьетнамских СМИ в России на основе перекрестного содействия работе друг друга при освещении важных событий и выполнении других задач: обмен новостями, текстовыми материалами, видео, фотографиями, радиопрограммами как с корпунктами вьетнамских медиа-холдингов в России, так и корпунктами других зарубежных СМИ в России и российскими СМИ. Основная цель: сбор информации, диверсификация источников информации для предоставления вьетнамской аудитории доступа к профессиональной, качественной и своевременной информации о событиях в России.

Сотрудничество корпункта радио «Голос Вьетнама» в России с российскими СМИ играет важную роль в достижении успеха деятельности корпункта и радио. Одной из типичных форм сотрудничества является взаимодействие корпункта и радио «Голос Вьетнама» в целом с информационным агентством и радио Sputnik, которые пришли на смену Российской государственной радиовещательной компании «Голос России» в 2014 году. Такая форма существовала с самого момента создания корпункта в России, она стала традиционной, базирующейся на дружбе и взаимопонимании в сфере средств массовой информации обеих стран. Ранее, во времена Советского Союза, «Голос Вьетнама» тесно сотрудничал с отделом вещания на вьетнамском языке «Голоса России». Это выражалось в многочисленных визитах должностных лиц и журналистов в Россию для обсуждения содержания и основных направлений сотрудничества, подписании договоров двустороннего профессионального сотрудничества с «Голосом России», а затем – с информационным агентством Sputnik. Устойчивые двусторонние отношения в информационной сфере

между «Голосом Вьетнама» и информационным агентством Sputnik основываются на традиционной дружбе и всестороннем стратегическом партнерстве между двумя странами, усилия которых по продвижению и развитию этих двусторонних связей способствуют укреплению сотрудничества между Россией и Вьетнамом.

Корпункт радио «Голос Вьетнама» – неотъемлемая часть посольства Вьетнама в России, оно всегда оказывает помощь журналистам корпункта радио «Голос Вьетнама» в их повседневной работе, создавая наилучшие условия для выполнения информационных задач. В свою очередь, через корпункт радио «Голос Вьетнама» широко освещается деятельность посольства Вьетнама в России в разнообразных радиопередачах.

В соответствии с Постановлением правительства Вьетнама, определяющим функции, задачи, полномочия и организационную структуру радио «Голос Вьетнама» редакция радиовещания разрабатывает и издает свои правила и стандарты, касающиеся отбора корреспондентов для работы в зарубежных корпунктах. Согласно этим правилам, корреспонденты должны соответствовать требованиям в части журналистских навыков, иметь стаж работы в качестве журналиста радио «Голос Вьетнама» не менее пяти лет, хорошо владеть языком принимающей страны, знать ее культуру и традиции; обладать всеми необходимыми рабочими навыками радиожурналиста. Кроме этого, журналисту для работы в зарубежном корпункте необходимо пройти курсы по видеосъемке и видеообработке для подготовки материалов на телеканал «Голос Вьетнама» (VOVTV), курсы по фотографии, чтобы готовить материалы для электронных и печатных изданий. Журналистов отличает чувство ответственности, любовь и страсть к профессии журналиста; умение планирования деятельности; умение искать и находить события; умение мыслить, видеть проблемы, нуждающиеся в освещении, привлекающие внимание читателей. Журналист должен

быть компетентным, обладающим качествами и навыками универсального журналиста, то есть одинаково эффективно работать в различных видах СМИ, зная специфику создания контента определенного типа (как снимать видео, писать текст, записывать аудио-подкасты, монтировать сюжеты, работать с блогами). Для этого «универсальному журналисту» важно научиться мыслить мультимедийно [1].

Радио «Голос Вьетнама» на сегодняшний день представляет собой конвергентное СМИ, так как работает в четырех форматах: радио, телевидение, газета и интернет-издание. Поэтому журналист должен уметь:

- производить новостные материалы для онлайн ресурсов;
- загружать аудио- и видео-подкасты в интернет;
- снимать видеорепортажи для сайта и телевидения;
- записывать аудиорепортажи;
- делать фотографии, обрабатывать их и загружать в Интернет;
- оперативно работать на компьютере;
- ориентироваться в сети Интернет;
- делать новостные сообщения в виде SMS-сообщений;
- использовать всевозможные компьютерные программы, включая программы для редактирования видео, обработки звука, фотографий, для кодирования, декодирования, передачи и приема видео и аудио в различных форматах;
- передавать информацию через Wi-Fi сразу в выпуск, в номер и на сайт;
- отбирать качественные факты и данные;
- работать с блогами;
- быть доступным в любое время суток.
- активно искать события для освещения, придумать и развернуть одну или несколько тем, подходящих каждому событию;

- активно искать и связываться с источниками; активно расширять свою сеть источников;
- быть готовым отправиться в командировку во все точки принимающей страны и даже вне страны, если это необходимо;
- активно обращаться в пресс-службу за аккредитацией;
- работать на официальном языке принимающей страны;
- работать на основе уважения и понимания культуры, традиций и истории принимающей страны;
- свободно использовать технические средства: фотоаппарат, видеокамеру, диктофон, микрофон, штатив, смартфон, вспышку и др.;
- выступать в качестве ведущего в видеороликах при необходимости;
- сотрудничать с коллегами других национальных СМИ в процессе работы при выполнении поставленных политических задач, при необходимости;
- представлять свою страну, ее культуру в условиях межкультурного общения;
- сотрудничать, обмениваться новостями со СМИ и информационными агентствами принимающей страны;

В структуре корпункта радио «Голос Вьетнама» в России 2 сотрудника: глава корпункта и постоянный корреспондент, оказывающий помощь руководителю во всех видах работ. Такой ограниченный состав связан с особенностями распределения средств на зарубежные корпункты в соответствии с запланированным государственным бюджетом. Срок полномочий корреспондента – 3 года, иногда он может продляться, но корреспондент не работает в корпункте более двух сроков подряд. После истечения срока полномочий в корпункте, корреспондент переводится на работу в штаб-квартиру радио «Голос Вьетнама» в Ханое.

Помимо регулярных встреч и телефонных переговоров для обсуждения повседневных деловых задач, корреспонденты корпункта радио «Голос Вьетнама» в России также проводят ежегодное собрание с целью оценки работы корпункта за прошедший год и определения направлений работы на следующий год, к этому событию готовится отчет о работе корпункта и отправляется в штаб-квартиру в Ханое.

Являясь представительством национального СМИ, которое подчинено и находится под управлением вьетнамского правительства, корпункт радио «Голос Вьетнама» позиционирует себя как эффективный, дружный, дипломатический и коммуникационный мост между Россией и Вьетнамом. Поэтому одной из приоритетных тем, освещаемых корреспондентами корпункта, является тема традиционных отношений дружбы и всестороннего стратегического партнерства между Россией и Вьетнамом. В центре внимания – официальные визиты глав государств, как, например, визит в Россию президента Вьетнама Тран Дай Куанг, состоявшийся 28 июня – 1 июля 2017 года. Он был освещен разносторонне, на разных медиаплатформах: встреча в аэропорту Внуково 28 июня 2017 года президента Тран Дай Куанг, его супруги и высокопоставленной делегации Вьетнама стала информационным поводом репортажа с места события, который вела руководитель корпункта Дьеп Ань («Президент Вьетнама начинает официальный визит в Российскую Федерацию», 28/06/2017). А ранее, 26 июня 2017 года в интернет-газете «Голос Вьетнама» было опубликовано аналитическое интервью Дьеп Ань с Чрезвычайным и Полномочным Послом Вьетнама в России Нгуен Тхань Сон «Визит президента Вьетнама в Россию имеет большое значение». В нем отмечено, что визит является поворотным моментом в отношениях между Россией и Вьетнамом, особенно в контексте мировой политики, когда Россия, более чем когда-либо, нуждается в

традиционных друзьях, включая Вьетнам, сложившиеся отношения между странами следует поощрять и развивать. Совместно с корреспондентами корпункта «Вьетнамского Информационного Агентства» в России был представлен фоторепортаж о мероприятиях во время визита президента Тран Дай Куанг и делегации Вьетнама в Россию и Белоруссию «Обзор визита Президента России в Россию и Беларусь» (02/07/2017). В фоторепортаже 34 фотографии, на которых представлена большая часть протокольных мероприятий, в частности, встреча президента Тран Дай Куанг в Ассоциации дружбы Россия – Вьетнам и Российской ассоциации ветеранов, которая состоялась в «Центре культуры и торговли Ханой – Москва» 28 июня 2017 года. Журналисты использовали разнообразные жанры для освещения визита: репортажи, например, репортаж «Президент Тран Дай Куанг встретился со своей вьетнамской общиной в России» (29 июня 2017 года), отчеты, например, «Президент Тран Дай Куанг встретился с председателем Совета Федерации России» (29 июня 2017 года); фоторепортажи, например, «Деятельность президента Тран Дай Куанг в «северной столице» России» (2 июля 2017 года), заметки, например, «Президент Тран Дай Куанг завершил свой официальный визит в Россию и Беларусь» (2 июля 2017 года), информационно-аналитические отчеты, например, «Содействие развитию отношений Вьетнама с Россией и Беларусью» (2 июля 2017 года).

Корреспонденты корпункта радио «Голос Вьетнама» следили за каждым событием в рамках визита президента Вьетнама в Россию, отражая их в целой палитре журналистских жанров – отчете, репортаже, фоторепортаже, заметке, интервью, делая аудиозаписи для радиовещания и видеозаписи для телевидения, использованные при трансляции событий. Это способствовало демонстрации разнообразных способов передачи информации, а вместе с этим, проницательности и гибкости в представлении тем, связанных с этим визитом.

Таким образом, на примере освещения одного из событий государственной важности показано, что корпункт радио «Голос Вьетнама» в России является доверенным источником в предоставлении информации вьетнамской аудитории о нынешнем статусе дипломатических отношений между Россией и Вьетнамом, а также обо всех видах деятельности и усилиях обеих сторон в укреплении и дальнейшем развитии этих отношений.

Следует отметить, что корпункт радио «Голос Вьетнама» расположен в Москве и большинство событий, приоритетных для освещения, проходит также в Москве, поэтому корреспонденты корпункта работают в основном российской столице. Тем не менее, журналисты регулярно выезжают в другие города России, чтобы осветить событие, а также в страны СНГ, когда там происходят крупные события и мероприятия, связанные с сотрудничеством между Вьетнамом и этими странами, визитами вьетнамских высокопоставленных делегаций или визитами Чрезвычайного и Полномочного Посла Вьетнама в России в эти страны. Кроме того, политические события в странах СНГ также являются предметом рассмотрения и освещения корпункта радио «Голос Вьетнама» в России. Например, в публикации «На форуме «Евразийская неделя» обсуждали результаты первого года реализации ЗСТ между Вьетнамом и ЕАЭС» (Ань Ту, Тхань Фуонг 25 августа 2017 года).

Литература:

1. Конвергентная журналистика [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.org/> (дата обращения: 01.10.2017).

2. Минь Хиен. Создание корпунктов радио «Голос Вьетнама» и «Вьетнамского Информационного Агентства» за рубежом [Электронный ресурс]. URL: <http://thutuong.chinhphu.vn/Home/Thanh-lap-co-quan-thuong-tru-TTXVN-Dai-TNVN-o-nuoc-ngoai/20177/26779.vgp> (дата обращения; 18.10.2017).

М.Х. Фатыхова,

канд. филол. наук., доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© М.Х.Фатыхова

РОЛЬ И УПОТРЕБЛЕНИЕ НЕОЛОГИЗМОВ В ЭЛЕКТРОННЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

В данной статье говорится об особенностях функционирования неологизмов в телевизионной и радиоречи, а также в текстах интернет-версий газет и журналов на татарском языке. Определяется роль неологизмов в обогащении словарного запаса татарского языка и вместе с тем рассматриваются негативные формы употребления новых слов в речи электронных СМИ.

Ключевые слова: неологизм, СМИ, лексика, заимствование, язык, речь, телевидение, радио

This article describes the features of the functioning of neologisms in television and radio, as well as in texts of Internet versions of newspapers and magazines in the Tatar language. The role of neologisms in enriching the vocabulary of the Tatar language is defined and at the same time negative forms of the use of new words in the speech of electronic media are considered.

Key words: neologism, media, vocabulary, borrowing, language, speech, television, radio

Значительное влияние на развитие национального языка оказывают СМИ. Особенно чувствуется обогащение лексического состава. Глобальные изменения, происходящие в жизни общества, диктуют СМИ свои правила. Национальные СМИ не могут остаться в стороне. Появление новых технологий, в которых компьютерная индустрия является лидирующей мировой отраслью, а также изменения в политике, экономике, перемены в социальной,

культурной и духовной жизни страны повлияли на возникновение новых слов и словосочетаний. Неологизмы – это факты языковой динамики. Прежде всего, неологизмы отражаются в СМИ. В связи с этим, журналистам национальных СМИ нужно обозначить новые предметы и новые понятия. Также нужно отметить, что профессия журналиста предъявляет особые требования к типу речевой культуры, поскольку в современном обществе большинство воспринимает речь СМИ в качестве эталона. По данным Роскомнадзора, на январь 2017 года в Татарстане зарегистрированы 1039 средств массовой информации [3]. Из них 49 газет и 10 журналов издаются на татарском языке. 5 телевизионных и 5 радиоканалов имеют татароязычный контент. Эмпирической базой данного исследования стали эфиры АО ТРК «Татарстан – Новый Век», «ГТРК Татарстан» «Радио Татарстана» «Болгар радиосы – Болгарское радио», а хронологические рамки исследования включали период с 1 января 2015 г. по 30 января 2018 г.

Дадим определение анализируемой языковой единице. Если обратиться к Большому энциклопедическому словарю, то там дается следующее значение неологизмов: новые слова и выражения, созданные для обозначения новых предметов или для выражения новых понятий [2]. К неологизмам относятся и заимствования. По мнению В.В. Лопатина, неологизмы – «новые слова языка, они довольно скоро перестают восприниматься как новые слова, новизна их со временем стирается» [6, с. 32]. Как показывает исследование Ф.А. Абдуллиной, в 90-е годы в лексике татарского литературного языка появляется около 1000 новых единиц – это новые русско-европейские и «возвращенные» арабо-персидские заимствования. Более 70 слов из этого состава обогащаются новыми смысловыми оттенками, 200 слов расширяют сферу употребления, стиль и частоту употребления. Из числа изменений 40 % можно отнести к обновлению языка на своей лексической основе, 35 % – к

активизации слов арабо-персидского происхождения, 20 % – к процессу усвоения русско-европейских заимствований [1].

В современном татарском языке выделяется четыре вида неологизмов:

1. Неологизмы, образованные путем добавления новых смыслов давно известным словам.

2. Неологизмы, образованные по имеющимся в языке моделям.

3. Неологизмы, заимствованные из других языков

4. Авторские, индивидуально-стилистические неологизмы [5, с. 97].

Самыми распространенными неологизмами в электронных средствах массовой информации являются неологизмы, заимствованные из других языков. Поскольку использовать готовое слово легче всего. Но, тем не менее, в татароязычных СМИ используются семантические, лексические и авторские неологизмы.

Семантические неологизмы чаще всего в СМИ используют для избежания заимствований. Кайнатма – варенье. Раньше слово кайнатма использовалась в значении отвара целебных трав. Также слово автограф. Раньше переводилась как «имза», а сейчас используется слово «култамга».

В связи с общественными, политическими и экономическими переменами в нашей стране расширяется смысл слов, что приводит к быстрому образованию новых значений. Слова эшкуар – делец, эшмәкәр – предприниматель, малтабар – бизнесмен вошли в татарскую речь, именно под влиянием экономических изменений.

Лексические неологизмы появляются в языке с возникновением новых реалий в жизни людей. Вместо заимствования «пароль», на татарском языке образовали новое слово – серсүз.

В СМИ относительно недавно появилась рубрика «Жәһәт хәбәрләр – Последние новости». Слово вывеска в СМИ использовалась как эленмә такта, сейчас широко используется и новое слово – алтакта. Также к лексическим неологизмам относятся

такие слова как: аркадаш – друг, мэдэни шок – культурный шок, кулчатыр – зонтик, гонжэ – бутон, титул миллэт – титульная нация, шәркыятчы – востоковед, ана капиталы – материнский капитал, шәрехли – комментирует, шәкел – форма, кимәл – уровень, публичные слушания – жәмәгать тыңлавы, жәмәгать палатасы – общественная палата, аз литражлы – малолитражка, Президент сүзчесе – пресс-секретарь Президента, керәч сәнгате – искусство керамики, кылкаләм осталары – мастера кисти, яшь армиячеле – юнармеец, өслүп – стиль, мәркәз кирмәне – столичная крепость, чәчһәвас – парикмахер, көйязар – композитор.

Появлению лексических неологизмов способствуют и территориальный, и национальный компоненты. Например: Иннополис, Татарская усадьба – Татар бистәсе, Козья слобода – Кәжә бистәсе, Туган авылым – Родная деревня, модель Татарстана – Татарстан моделе, БКЗ – Большой концертный зал, ЗКЗ – Зур концертлар залы, Парк Кырлай. Принадлежность слова к категории лексических неологизмов – лишь временное состояние в лексической системе языка. По истечении некоторого времени слово входит в активный лексический фонд языка, а впоследствии может стать историзмом или архаизмом, что и произошло со многими словами советской эпохи. Например: колхоз – күмәк хужалык. Также и ранее известные слова, а потом забытые возвращаются, например: остабикә, абыйстай, өрпәк, тастар. Такие неологизмы появились, благодаря возрождению фольклорного конкурса “Түгәрәк уен”.

Третий вид неологизмов заимствован из других языков. Например, флешмоб, хештег, инстаблогер. По мнению О.Г. Щитовой, иноязычные неологизмы с точки зрения таксономии представляют разные денотативные сферы и распределяются по тематическим группам [8]:

1. Названия людей по их профессиональной принадлежности, социальному статусу, характеристике личных качеств и другим признакам; в данную группу входят и наименования членов

различных организаций, группировок, первоначально возникших за рубежом, а затем распространившихся в России: спонсор – иганэче, дизайнер – дизайнчы, маникюрщица – маникюрчы, черлидинг – черлидингчы и т. д.

2. Общественно-политическая лексика и слова из сферы рыночных отношений: презентация – тэкъдим итү, элитарность – элитарлык и т. д.

3. Номинации из области современных технологий: компьютер – санак кампир, сотовый телефон – кесә телефоны и т. д.

4. Бытовая лексика: йогурт – йогырт и т. д.

5. Лексика музыкального и киноискусства: эксклюзивный – эксклюзив.

6. Номинации из области рекламы: реклама – реклам и т. д.

7. Названия общественных заведений: Метро, Кэш энд Керри, Леруа Мерлен и т. д.

Определенную роль в преобладании английских заимствований играет активная культурная экспансия англоязычных стран, главным образом, США. Распространение Интернета способствует еще большему количеству заимствований из английского языка. Столь активное использование английского как языка для заимствований обусловлено исторически сложившейся ролью англоговорящих стран на мировой арене и английского языка как языка международного общения. Также в материалах татароязычных СМИ активно используются арабско-персидские заимствования, такие как: калёб – сердце, карагруһчы – шовинист, монафыйк – двуличный, хаин – предатель, дарелфөнүн – университет, тээсоратлары – ощущения, шигарь – лозунг, гыйсьянчы – бунтарь мөһажир – эмигрант, кирмән – кремль.

Слова арабо-персидского происхождения возвращаются в татарский язык, в первую очередь, для замены русских и интернациональных слов, используемых ранее в качестве синонимов. Арабские и персидские заимствования влияют на процесс словообразования в татарском языке: образуются несуществующие

ранее в языке-источнике сложные и парные слова с помощью арабских, персидских компонентов, присоединяющихся к давно усвоенным арабским и персидским корневым заимствованиям (или к татарским и заимствованным русским словам). Можно отметить активность таких компонентов, как -ханә, -намә – китапханә, даруханә и др. Много слов связаны с религией. Например: чалмалы мафия – религиозные деятели, тәрәккыят – прогресс, иншалла, шөкер, ифтар, имам-хатыйб, тәжвид, хиджап.

К сожалению, употребление иностранных слов без надобности стало в наше время серьезной проблемой. «Небывалую экспансию иноязычной лексики мы наблюдаем во всех областях. Она заняла ведущие позиции в политической жизни страны, также в финансово-коммерческой деятельности, в отраслях науки и техники, в культурной сфере в бытовой речи, даже просторечия и жаргоны пополняют свой лексический запас американизмами. Погоня за новым, «красивым», звучным, а иногда и непонятным для непосвященных названием приводит к тому, что крестьянин-единоличник хочет быть только фермером, бандит вымогатель называется не иначе, как рэкетир (можно еще звучнее – рэкетмен), а убийца – киллер» [7].

Третий вид неологизмов – авторские. Эти индивидуально-стилистические неологизмы создаются в основном писателями, поэтами для придания образности художественному тексту. Иногда и журналисты придумывают неологизмы этого типа. Например, неологизмы И.М. Низамова: кермешәк – варваризм, сәясмән – политик. А также авторские неологизмы публицистов. Например: шаһ эсәрләр – генеральные произведения, билгеләнеш – номинация (Р. Зайдулла); «уптымизация» – оптом, «яптымизация» – сокращение (В. Имамов), “фикерләр пирамидасы” – пирамида мыслей, Метшинград (Казань) (Р. Мухамметшин).

Новые слова, которые образовались при слиянии двух слов: фотобэйге – фотокункурс, псевдомилли – псевдонациональный.

Авторские неологизмы, образованные по продуктивным моделям, называются потенциальными словами. Окказионализмы (от латинского *occasionalis* – «случайный») – это авторские неологизмы, созданные по необычным моделям [6, с. 54]. Они не существуют вне конкретного контекста.

Для определения отношения читателей, радиослушателей и телезрителей к использованию современными средствами массовой информации неологизмов, автор провел исследование. Базой для исследования послужили жители Казани возрастом от 17 до 60 лет. Выборка респондентов – 100 человек.

Респондентам было предложено ответить на три вопроса, связанных с их отношением к новым словам. 1. Обогащают ли неологизмы татарский язык? 2. Часто ли приходится сталкиваться в СМИ с неологизмами? 3. Уместно ли используют журналисты в материалах новые слова?

Ответы, полученные при проведении опроса таковы:

1. 50 % опрошенных считают, что новые слова обладают большей смысловой емкостью по сравнению с татарскими аналогами. Неологизмы обновляют язык, делают журналистские тексты современнее и позволяют автору избежать речевых клише и шаблонов.

2. 45 % респондентов выражает крайне отрицательное отношение к чрезмерному использованию заимствованных неологизмов, поскольку считают, что можно образовать аналогичное слово, используя ресурс татарского языка.

3. 5 % из числа опрошенных предлагают не калькировать или менять заимствованное слово, например, «компьютер» на «санак», «университет» на «дарелфөнүн», а обогащать язык используя слово-оригинал.

Неологизмы являются средством реализации и составной частью языковой игры, которая необходима в текстах современных СМИ. Проанализировав тексты современных средств массовой информации, можно заметить, что не всегда новые слова играют положительную роль в создании материалов СМИ.

Неологизмы рождаются на протяжении всей истории народа под влиянием изменений в области производственных и общественных отношений, открытий в науке и технике, появления новых понятий. О богатстве любого языка свидетельствует его словарный запас. Лексику татарского языка обогащают не только многозначные слова, а также слова, представляющие историю развития нашего языка, неологизмы.

Классифицировать неологизмы можно по таким признакам, как вид языковой единицы, степень новообразования, способ образования неологизмов. Кроме того, некоторые исследователи при классификации неологизмов выделяют также индивидуально-авторские новообразования, а также окказионализмы – слова, созданные «по случаю».

Современные средства массовой информации отражают актуальные, характерные для конкретного времени явления. Вербальным средством фиксации этих символов нередко становятся словообразовательные неологизмы, как общеязыковые, так и индивидуально-авторские.

Литература:

1. Абдуллина Ф А. Заимствования как результат межъязыкового взаимодействия в контексте межкультурной коммуникации. URL: <http://cheloveknauka.com/zaimstvovaniya-kak-rezultat-mezhyazykovogo-vzaimodeystviya-v-kontekste-mezhkulturnoy-kommunikatsii#ixzz4xegcbVEd> (дата обращения: 27.01.2018).

2. Большой Энциклопедический словарь. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/211126> (дата обращения: 05.01.2018)
3. В прошлом году в Татарстане зарегистрировались 87 новых СМИ. URL: <http://rt-online.ru/v-proshlom-godu-v-tatarstane-zaregistrovalis-87-novyh-smi/>(дата обращения: 05.01.2018).
4. Голуб И.Б. Литературное редактирование. М., 2010.
5. Закиев М.З., Галиуллина Г.Р. Лексикология татарского языка. Казань: ИЯЛИ, 2016. Т. II.
6. Лопатин В.В. Рождение слова. Неологизмы и окказиональные слова. М., 1973.
7. Стилистическая оценка заимствованных слов. URL: <http://www.proza.ru/2010/01/18/330> (дата обращения 11.02.2018).
8. Щитова О.Г. Иноязычные неологизмы в русском языке начала XXI в. URL: <http://fs.nashaucheba.ru/docs/180/index-246479.html> (дата обращения 13.02.2018).

УДК 070

И.П. Шибут,

старший преподаватель

Белорусский государственный университет

г. Минск, Белоруссия

© И.П. Шибут

**ВИЗУАЛЬНЫЕ И ИНТЕРАКТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ
КАК БАЗОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ
ОБУЧЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТА**

В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИИ И КОММУНИКАЦИИ

В статье обсуждается актуальная проблема разработки и внедрения в учебный процесс кафедры технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета авторских дисциплин, базирующихся на

технологической и коммуникативной составляющей. Цель статьи – исследование и определение набора знаний, умений, компетенций в области информационных технологий для подготовки будущих специалистов в области информации и коммуникации к использованию качественно нового вида интерактивной, визуальной коммуникации.

Ключевые слова: информационное пространство, информация и коммуникация, интернет-коммуникация, социальные сети, мультимедиа, информационный дизайн.

The article discusses the actual problem of developing and introducing into the educational process of the Chair of Communication Technologies of the Institute of Journalism of BSU author's disciplines, based on the technological and communicative component. The purpose of the article is to study and determine the set of knowledge, skills, and competences in the field of information technologies for the training of future specialists in the field of information and communication to use a qualitatively new type of interactive, visual communication.

Key words: information space; information and communication, Internet communication, social networks, multimedia, information design

Сегодня мы стали свидетелями уникального явления: постепенно потребление информации приобретает самодостаточный характер, и первоначальный побудительный мотив отмирает. Возникает явление, которое именуют «познавательным автоматизмом» [3]. Условия создания этого качества – наличие постоянно действующего инфополя, или инфосреды. Цивилизация на нынешнем уровне развития постепенно отнимает у человека способность к самостоятельному постижению мира через свой эмпирический деятельный опыт. Чаще всего обыватель связан с чужим, непосредственно не знакомым ему концептом реальности. Но эта зависимость скорее добровольно-принудительная, сродни

наркотической зависимости от алкоголя или табака. Главной мотивацией здесь является желание получить некую сумму информации, как бы замещающую реальный жизненный опыт.

Развитие Интернета предполагает распространение новых форм общения, когда обычные отношения между людьми преобразуются в отношения между образами. Специфика форм общения посредством компьютерной связи, имеющая иную меру свободы в конструировании послания любого участника диалога, выдвигает и иную модель поведения человека. Медиативная форма восприятия заменяется более активной интеграцией воли зрителя в саму структуру послания. На смену вещанию приходит коммуникация.

Вопрос о реальности воспринимаемой из Интернета информации включает в себя два различных компонента. Основной компонент – фактичность, то есть вера в буквальную реальность сообщений. Существует точка зрения, согласно которой массовые коммуникации не отражают реальность, а творят ее, выступая в роли генератора «новой социальности». Коммуникация, согласно такой парадигме, принимается в качестве базового социального процесса управления, формирующего социальное время и пространство, создающего ценности, цели и ориентиры для культуры повседневности. Потребление любой информации становится опосредованным коммуникативным каналом участием в событийности. А. Калмыков в этом случае утверждает, что не информация и даже не коммуникация являются их главным содержанием, а событийность и актуальность [2]. Сама же виртуальность собственно и есть актуальная событийность.

Во второй половине XX века телевидение, вначале воспринимаемое всего лишь как транспортирующее средство, быстро обрело значение основного канала информации. Помимо существенного влияния на характер и формы быта людей, вещание сформировало уже несколько так называемых телевизионных

поколений, то есть генерацию людей, обладающую определенным мировидением и навыками потребления визуальной информации.

Сейчас же «экранная» коммуникация (имеется в виду и телевидение, и компьютерная коммуникация) в наши дни стала одной из основных форм познания реальности. Но ее значение для самосознания индивида этим не ограничивается. Стремительная мутация «сюжета» отношений реальности и человека под влиянием посредника – телевизора или компьютера – приводит к аберрации восприятия не только экранной информации, но и самой жизни. Экран создает как бы новую реальность, во многом противоположную привычной повседневности, в которой пребывает человек. Он помогает ощущать себя гостем различных уголков земного шара, предоставляет свободу выбора зрелища и информации, дает иллюзию впечатлений и переживаний, которых недостает в реальной жизни, снимает комплекс одиночества, создает ощущение включенности. Но одновременно подобные каналы коммуникации могут подвергнуть мутациям сознание человека, превратив его в бессмысленного потребителя любой информации, плохо соотносимой с его собственным опытом. Так возникает иллюзия знаний. Окружающий мир для нынешнего человека – это, с одной стороны, действительность, а с другой – иллюзия действительности. Безусловно, компьютерная сеть – последнее звено в развитии экранной культуры. Она могла возникнуть лишь на подготовленной почве. Для свободного общения с компьютерным словарем знаков и иероглифических обозначений человеческое сознание должно было пройти школу экранного мировидения, которую ему предоставила цивилизация XX века в виде кинематографа и телевидения.

Сегодня в формировании экранной картины мира принимают участие все формы экрана: кинематографический, телевизионный и компьютерный. Для потребителя визуальной информации вначале формируется экранная модель действительности на киноэкране, а с

появлением телевидения и компьютерного экрана этот образ реальности становится еще и документальным, реальным. Большинство психологических механизмов и кодов, превращающих изображение в осознаваемый облик жизни, были сформулированы и освоены на практике еще в «дотелевизионную эру» [3]. Именно поэтому так значимо освоение современными специалистами создания экранного языка познания реальности и его последовательной эволюции – от появления кино до разнообразия новых форм визуального отображения действительности сейчас и в будущем.

Авторы посвященных данной проблеме исследований указывают на особенности эволюции контакта с виртуальной реальностью: «Книгу можно дочитать до конца. Киносеанс рано или поздно оканчивается. Телеканал мог быть уже круглосуточным. Для прохождения некоторых компьютерных игр нужно несколько дней. В интерактивной компьютерной игре скоро можно будет жить «вечно» – насколько хватит физических сил» [3]. В данной ситуации компьютер, в частности Сеть, в общем – орудия для производства и переработки образов. Но изначально Интернет был текстовым инструментом, и новые поколения, из-за возросшего количества доступной информации, способны читать гораздо быстрее. «Если телеэкран – это окно в мир, явленный в образах, то дисплей – это идеальная книга, где мир выражен в словах и разделен на страницы», – пишет Умберто Эко [13]. В этом смысле в наиболее распространенных пока текстовых формах интернет-общения люди оперируют именно словами.

Развитие мультимедийных технологий сегодня способствует появлению разнообразных каналов воздействия медиа на адресата: в виде текста, гипертекста, музыки, анимационной картинке и т. д. в различных сочетаниях. Пользователь имеет возможность работать в интерактивном режиме и получать мгновенный доступ к огромному количеству сообщений [11, с. 164]. Фактически, речь идет о

рождении качественно нового вида коммуникации. Можно добиться существенного улучшения читабельности публикации, сокращая и структурируя исходное сообщение. Иными словами, структурированность, объективность и лаконичность являются моментами, учет которых способен в какой-то степени компенсировать риски неоднозначности восприятия, неадекватности интерпретаций. Интерактивность позволяет индивидуализировать продукт, и более развернутое повествование предлагается читателю наравне с фото, аудио и другими сопутствующими материалами, в виде гипертекстовых ссылок. Гипертекст позволяет предоставить максимальный объем информации, и ее детальное изложение во всех видах (от текста до видео).

При этом технологической платформой такой интерактивной коммуникации может служить как веб-сайт – центральный элемент коммуникативной политики, проводимой в Интернете, так и социальные медиа – самый популярный тип интернет-объектов, «точка входа» и основа веб-коммуникационных продуктов для всех остальных типов сообщений [10, с. 230]. Это ведет к созданию новых параметров коммуникации, которую принято называть конвергентной. В связи с этим необходимо помнить и о многочисленных проблемах, которые встают на этом пути – навигация, визуальная эстетика, стиль, подача материала и т. д. Определенную роль играют и такие человеческие факторы, как культурные и религиозные традиции. Создатели электронных публикаций не просто обнародуют информацию на электронной доске объявлений, они организуют целую среду для интерактивного персонального общения. Обязанность специалиста в области коммуникации – найти правильный тон изложения материала и правильный стиль его оформления, которые смогут привлечь (и удержать) внимание аудитории. Помимо этого такому специалисту приходится серьезно думать и над проблемой

определения потенциальной аудитории. Демографический состав очень важен, и его определение должно рассматриваться как неотъемлемая часть процесса создания электронных публикаций, поскольку иногда сама суть или тема отчасти определяет характер своей аудитории [6, с. 123].

Помимо всего вышеизложенного, специалисту в области коммуникации необходимо владеть и технологиями продвижения как самого веб-ресурса SEO (Search Engine Optimization), так и услуг компании с помощью таких способов информирования интернет-сообщества, как социальные медиа, онлайн-конференции, т. е. SMO (Social Media Optimization) и SMM (Social Media Marketing) [7, с. 205]. В данном случае в центре внимания оказывается «человеческий» аспект проблемы: каковы новые возможности убеждения и влияния, как меняется восприятие субъектов коммуникации, по каким нормам и правилам строится подобное общение, что происходит при этом с личностными диспозициями коммуникаторов. Эффективная коммуникация в данном случае определяется наличием грамотно выстроенной обратной связи [6, с. 125].

Учитывая все вышеизложенное, в рамках научной и учебной программы преподавателями кафедры технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета разработаны и внедрены в учебный процесс авторские курсы, базирующиеся как на технологической, так и на коммуникативной составляющей: «Мультимедийные технологии коммуникации» [8], «Информационный менеджмент в веб-среде» [1], «Технологии интернет-коммуникации» [12], «Основы визуального дизайна» [9].

Дисциплина «Мультимедийные технологии коммуникации» ориентирует будущих специалистов в оценке традиций и современных тенденций в теории и практике информационного дизайна; освещает возможности современных мультимедийных технологий в организации коммуникационных процессов; знакомит

студентов с основными понятиями и определениями компьютерной графики, с основными возможностями, предоставляемыми графическими редакторами при создании, оцифровке, обработке и преобразовании графических изображений, со способами эффективного использования существующих коллекций графических изображений; с конвергентными форматами фиксации информации и способами их использования. На теоретических и практических занятиях в рамках данной дисциплины изучаются способы организации и представления электронной информации, предоставляемые современными технологиями веб-дизайна; рассматриваются основные возможности поиска и размещения информации в глобальной сети Интернет [6, с. 126].

Актуальность изучения учебной дисциплины «Информационный менеджмент в веб-среде», основной целью которой является ориентация будущих специалистов в оценке традиций и современных тенденций в теории и практике информационного дизайна, обусловлена тем фактом, что вызвавшее серьезные трансформации во всех сферах современного общества развитие информационных и коммуникационных технологий не только кардинально изменило структуру, способы функционирования средств массовой коммуникации и каналы распространения информации, но и привело к значительным трансформациям в самой профессии специалиста, работающего с информацией. Интернет снабдил современного специалиста в области информации и коммуникации не только принципиально новыми инструментами для интерактивного общения с аудиторией, но и более эффективными средствами для профессионального развития и самореализации, следовательно, сегодня умение использовать информационные технологии становится важнейшим качеством. Очевидно, что для огромного количества профессионалов сегодня значительно усиливается необходимость наличия как можно более полных и

актуальных знаний в таких смежных областях как маркетинг, веб-дизайн. А необходимым условием успешной деятельности современного специалиста в области информации и коммуникации является опыт работы в Интернете в различных направлениях, высокий уровень владения компьютером и новейшими информационными технологиями, постоянный поиск новых программ и ресурсов для улучшения организации работы [6, с. 126].

Цель дисциплины «Технологии интернет-коммуникации» – формирование системного представления о теории и практике актуальной коммуникации в Интернете и основных параметрах профессиональной компетентности современного специалиста в сфере технологий интернет-коммуникации. В рамках данной дисциплины учащиеся знакомятся с характеристиками, тенденциями развития актуальной интернет-коммуникации с целью выработать четкое представление о реалиях, в том числе, новейших, интернет-коммуникации; выявить и дифференцировать характеристики коммуникации в Интернете; предложить современную адекватную методологию исследования коммуникации в Интернете; продемонстрировать эффективные парадигмы использования интернет-коммуникации в различных сферах; предоставить возможность для формирования индивидуального направления исследований и практической работы в сфере интернет-коммуникации каждому студенту [6, с. 127].

Учебная дисциплина «Основы визуального дизайна» формирует системное представление о теории и практике визуально-информационного дизайна; освещает возможности современных технологий в организации коммуникационных процессов; знакомит с характеристиками, тенденциями развития визуальной коммуникации и способами организации электронной информации; дает представление о реалиях, в том числе, новейших, визуальной интернет-коммуникации в различных сферах.

Полученные знания учащиеся имеют возможность апробировать и продемонстрировать на практических занятиях в реально существующем проекте: на официальном сайте кафедры технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета. Этот ресурс был создан студентами специальности «Информация и коммуникация» (выпуск 2005 года) и ежегодно обновляется [5]. В дополнение к сайту в 2012-2013 учебном году студентами специальности была создана открытая группа «Кафедра технологий коммуникации ИЖ БГУ» в наиболее популярной среди целевой аудитории сайта социальной сети ВКонтакте [4]. Данный процесс создает предпосылки для формирования универсального подхода к профессиональной деятельности специалиста по информации и коммуникации и особенно важен для выпускников специальности «информация и коммуникация». Кроме того, такой способ коммуникации весьма популярен у современной молодежи и является привычной и, следовательно, гармоничной средой ее обитания. Число членов сообщества постоянно растет и в настоящий момент насчитывает около 570 участников. Данная группа является своеобразной электронной доской объявлений кафедры и активным местом общения преподавателей, студентов, выпускников, абитуриентов и работодателей специальности. Общение в группе модерировается администраторами из числа преподавателей, студентов и выпускников специальности. Сайт и группа кафедры являются взаимодополняющими ресурсами. Планируется дальнейшее развитие открытой группы ВКонтакте, создание дополнительных разделов. Несомненно, лояльность и доверительность соответствующей целевой аудитории по отношению к кафедре и специальности от этого только повышаются.

Совершенно очевидно, что эта тенденция будет продолжаться. На кафедре технологий коммуникации Института журналистики

Белорусского государственного университета созданы необходимые предпосылки к тому, чтобы, шагая в ногу со временем, еще больше повысить престиж университетского образования в сфере информационных и коммуникационных технологий.

Литература:

1. Информационный менеджмент в веб-среде [Электронный ресурс]: метод. рекомендации для студентов гуманитар. спец. / И.П. Шибут, С.Н. Гринчук. Минск: БГУ, 2014. 1 электронный оптический диск.

2. Калмыков А.А. Интернет-журналистика как предмет научного исследования // Вестник электронных и печатных СМИ. № 5. URL: <http://www.vestnik.ipk.ru/index.php?id=1565> (дата обращения: 08.02.2018).

3. Прожико Г.С. Виртуальная реальность: два лица экрана (Введение в проблему) // Вестник электронных и печатных СМИ. № 6. URL: <http://www.vestnik.ipk.ru/index.php?id=1574> (дата обращения: 08.12.2017).

4. Открытая группа «Кафедра технологий коммуникации ИЖ БГУ», социальная сеть «ВКонтакте». URL: <http://vk.com/infocomtech> (дата обращения: 05.12.2017).

5. Сайт кафедры технологий коммуникации Института журналистики БГУ. URL: <http://infocom.bsu.by/> (дата обращения: 05.12.2017).

6. Шибут И.П. Информационные технологии как базовая составляющая обучения специалиста в области информации и коммуникации // Корпоративные стратегические коммуникации [Электронный ресурс]: сб. науч. ст. / БГУ, Институт журналистики, каф. технологий коммуникации; редкол.: С.В. Дубовик (отв. ред.) [и др.]. Минск, 2016.

7. Шибут И.П. Использование социальных сетей в качестве информационной среды образовательного учреждения // Применение

инновационных технологий в образовании: материалы XXVI Международной научной конференции. М., Троицк, 2015.

8. Шибут И.П. Мультимедийные технологии коммуникации [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс. Минск, 2014.

9. Шибут И.П. Основы визуального дизайна. Учебная программа для высших учебных заведений по специальности 1-23 01 07 «Информация и коммуникация». Минск, 2016.

10. Шибут И.П. Сайт кафедры технологий коммуникации ИЖ БГУ: история и пути развития // Корпоративная пресса в системе СМИ Республики Беларусь: традиции, опыт, пути развития : материалы Республик. науч.-практ. конф., 1–2 ноября 2013 г. Минск, 2014.

11. Шибут И.П. Социальные медиа: взаимодействие коммуникатора с аудиторией // Мультимедийная журналистика Евразии – 2014: интегративные медиапроекты, медийная коммуникация и информационализм в условиях интеллектуализации общества Востока и Запада. Евразия молодая – 2014: сб. материалов и научных статей VIII Международной научно-практической конференции. Казань, 2015.

12. Шибут И.П. Технологии интернет-коммуникации. Учебная программа для высших учебных заведений по специальности 1-23 01 07 «Информация и коммуникация». Минск . 2013.

13. Эко У. От Интернета к Гутенбергу: текст и гипертекст (отрывки из публичной лекции Умберто Эко на экономическом факультете МГУ 20 мая 1998) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.philosophy.ru/library/eco/internet.html> (дата обращения: 08.12.2017).

**КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИХ НАУК
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЖУРНАЛИСТИКИ И МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ
СОЮЗ ЖУРНАЛИСТОВ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН
РЕДАКЦИЯ ГАЗЕТЫ «РЕСПУБЛИКА ТАТАРСТАН»
РЕДАКЦИЯ ГАЗЕТЫ «ВАТАНЫМ ТАТАРСТАН»**

Памяти первого декана факультета журналистики
Казанского университета Флорида Агзамова



**АГЗАМОВСКИЕ ЧТЕНИЯ – 2018
ЖУРНАЛИСТИКА В ЦИФРОВОМ ФОРМАТЕ**

**Сборник материалов и научных статей
Международной научно-практической конференции**

Казань, 15 февраля 2018 г.



**КАЗАНЬ
2019**

УДК 070
ББК 76
A23

*Печатается по решению Ученого совета
Института социально-философских наук и массовых коммуникаций
Казанского (Приволжского) федерального университета*

**Под научной редакцией
Е.С. Дорощук и В.З. Гарифуллина**

**Ответственный редактор
М.Х. Фатыхова**

A23 **Агзамовские чтения – 2018. Журналистика в цифровом формате.**
Сборник материалов и научных статей Международной научно-практической конференции (Казань, 15 февраля 2018 г.) / науч. ред. Е.С. Дорощук и В.З. Гарифуллин; отв. ред. М.Х. Фатыхова. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2019. – 316 с.

ISBN 978-5-00130-130-1

Сборник материалов и научных статей содержит доклады и научные статьи участников Международной научно-практической конференции «Агзамовские чтения – 2018», прошедшей в КФУ 15 февраля 2018 года. Предназначен исследователям медиа, ученым, студентам и аспирантам факультетов и отделений журналистики, всем, кого интересуют проблемы современной журналистики.

УДК 070
ББК 76

ISBN 978-5-00130-130-1

Научное издание

АГЗАМОВСКИЕ ЧТЕНИЯ – 2018

ЖУРНАЛИСТИКА В ЦИФРОВОМ ФОРМАТЕ

**Сборник материалов и научных статей
Международной научно-практической конференции**

Казань, 15 февраля 2018 г.

Дизайн обложки
И.А. Насыровой

Подписано в печать 25.01.2019.

Бумага офсетная. Печать цифровая.

Формат 60x84 1/16. Гарнитура «Times New Roman». Усл. печ. л. 18,25.

Уч.-изд. л. 13,26. Тираж 100 экз. Заказ 126/1

Отпечатано с готового оригинал-макета
в типографии Издательства Казанского университета

420008, г. Казань, ул. Профессора Нужи́на, 1/37

тел. (843) 233-73-59, 233-73-28