

**Межгосударственное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ**

Кафедра отечественной и международной журналистики

Мансурова Бибимарьям Сайдуллоевна

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ АГЕНТСТВА В СИСТЕМЕ СРЕДСТВ
МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН**

Диссертация на соискание степени кандидата филологических наук
по специальности 10.01.10 - журналистика

Научный руководитель:
д.ф.н., профессор
Абдуллаев М.А.

Душанбе – 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3-15
Глава I. Роль и место информационных агентств в системе СМИ современного Таджикистана	16-87
1.1. Информационное агентство в системе СМИ: история, теория и современное состояние.....	16-29
1.2. Характерные черты становления информационных агентств Таджикистана и их типологические признаки.....	29-49
1.3. Жанрово-тематические особенности материалов информационных агентств Республики Таджикистан	48-87
Глава II. Особенности функционирования информационных агентств в информационном пространстве Таджикистана (на примере НИАТ «Ховар», «ASIA-Plus», «Avesta» и «Озодагон»)	88-142
2.1. Становление и развитие Национального информационного агентства Таджикистана «Ховар» как официального органа суверенного государства	88-113
2.1. Специфика деятельности первого частного информационного агентства Таджикистана «ASIA-Plus»	113-129
2.2. Характерные черты освещения событий на сайтах частных информационных агентств «Avesta» и «Озодагон»	129-142
Заключение	143-154
Библиография	155-179

Введение

Актуальность темы исследования. На современном этапе развития средств массовой информации в информационном пространстве, как отдельных стран, так и мира в целом, информационные агентства играют важнейшую роль в информировании массовой аудитории и формировании новостных потоков. Мы живем в мире, в котором ежеминутные новости стали неотъемлемой частью жизни человека. Эти информационные потоки непрерывно передаются специальными информационными телевизионными и радиодинамическими каналами, а также различными сайтами в глобальной сети Интернет, прежде всего – сайтами информационных агентств. Ленты новостей последних пополняются и обновляются по минутам, которые доступны массовой аудитории практически круглосуточно.

Следует отметить, что небывалое развитие информационно-коммуникационных технологий в корне трансформировало средства массовой информации. Эта трансформация проявляется в спутниковом телевидении и радио, Интернете и мобильной связи, сущность которых в качестве средств информации, на наш взгляд, заключается в том, что информация (новость, сообщение) стала более доступной для широких масс.

Именно развитие Интернета трансформировало информационные агентства в самостоятельный вид СМИ, так как у них появилась возможность наряду с другими средствами массовой коммуникации самим непосредственно выйти к широкой аудитории.

Исходя из этого, появление сетевых изданий, в том числе сайтов информационных агентств, связано, прежде всего, с поступательным развитием Интернета в Таджикистане. Начиная с 2000 года, история развития таджикских информационных агентств перешла в активную фазу, в рамках которой сетевые издания занимают конкурирующую позицию по отношению к традиционным СМИ.

В Республике Таджикистан за короткий период времени резко возросло количество пользователей сети Интернет. Развитие онлайн-журналистики в Таджикистане в первом десятилетии двадцать первого века способствовало росту сетевых информационных ресурсов в стране.

По данным Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан по состоянию на 1 января 2018 года, количество пользователей Интернета по стране составило 2 миллиона 472,7 тысяч абонентов [57, с. 179].

Успешная работа агентств зависит также и от использования средств коммуникации. Без компьютерных сетей, спутниковой связи невозможно достичь должного уровня оперативности, а значит быть конкурентоспособным. Крупные агентства имеют возможность вести работу в режиме реального времени: сообщения о наиболее важных событиях поступают адресату буквально через несколько минут после того, как они произошли.

Тексты сообщений информационных агентств также имеют ряд особенностей. Текущая хроника поступает в форме коротких новостных заметок, построенных по жесткой схеме. У каждого агентства есть собственные требования к текстам, но можно выделить и общие черты: ответ на вопросы «Что, где и когда произошло?», «Кто принимал в этом участие?»; обязательна ссылка на источник информации; детали отсутствуют или сообщаются во вторую очередь. Такая схема облегчает как работу корреспондента над сообщением, так и восприятие текста адресатом. Из других жанров используются комментарий, обзор, интервью, репортаж, политический портрет (преимущественно в тематических рубриках).

Наряду с национальными и региональными существуют мировые агентства. Транснациональные корпорации контролируют производство и распространение новостей в мире, делают погоду на рынке информации,

лидируют в области использования технологических средств. Основные черты мировых агентств – глобальный характер деятельности, быстрота сбора, обработки и распространения информации, стремительность реагирования на технические новшества, обширная и всеохватная сеть корреспондентов и представительств, огромные финансовые возможности – делают их конкурентоспособность практически недостижимой для национальных и региональных служб. Иногда мировыми называют те агентства, которые владеют собственными спутниками связи и антеннами по всему миру, что дает им возможность собирать и распространять новости в мировом масштабе. К их числу сегодня относятся Рейтер (Великобритания), Франс Пресс (Франция), Ассошиэйтед Пресс (США) и ИТАР-ТАСС (Россия). Другие влиятельные агентства: Юнайтед Пресс (США), ДПА (Германия), ЭФЭ (Испания), АНСА (Италия), Киодо Цусин (Япония), Синьхуа (Китай), Интерфакс (Россия).

В разные этапы развития журналистики на территории Республики Таджикистан проводилась та или иная информационная политика, основы которой диктовались временем. На данный момент в стране функционирует одно государственное информационное агентство НИАТ «Ховар», история которого началась во время существования СССР. Такие информационные агентства являются первоисточниками новостей со строго официальным оттенком. В их функции, как, впрочем, и остальных СМИ, входит немаловажный пункт – продвижение доступными способами каких-либо идей в общество. Так, например, единственное информационное агентство Таджикистана, действующее во времена СССР, «ТаджикТА» являлось идеологическим рупором советской власти. В постсоветский период в республике возникли новые частные агентства, каждое из которых имеет определенные цели и задачи, что указывает на необходимость детально рассмотреть их структуру в качестве сетевых изданий.

Информационно-аналитические порталы Таджикистана являются ресурсами, дополняющими материалы информационных агентств в Интернете, представляя собой сетевые аналоги газет и журналов.

В век беспрецедентного развития цифровых технологий и Интернета, формирования информационного общества информационные агентства трансформировались в полноценное массово-коммуникационное средство журналистики, а потому стали играть важную роль в оперативной новостной составляющей мировой паутины. Ныне массовая аудитория своевременно узнает новости не только из телевидения или же радио, но также через Интернет и в значительной степени через сайты информационных агентств.

Массовая аудитория Республики Таджикистан в этом ряду не исключение. В информационном поле Таджикистана в настоящее время действуют одиннадцать зарегистрированных информационных агентств, которые успешно конкурируют с другими видами СМИ, все заметнее воздействуя на информированность людей.

Более того, они конкурируют между собой в оперативном и полном освещении событий, а также в форме их подачи с целью большего привлечения внимания массовой аудитории. Помимо этого, находясь в глобальной сети Интернет, они взаимодействуют также с сайтами информационных агентств других стран. Такое взаимодействие осуществляется в использовании материалов и размещения ссылок друг друга, которые с одной стороны расширяют их аудиторию, а с другой – повышают их рейтинг в определенном сегменте Интернета, в частности в Рунете, Таджнете или Узнете.

В процессе развития сетевой журналистики в системе СМИ Республики Таджикистан происходят определенные изменения. В связи с этим представляется актуальным рассмотрение различных аспектов деятельности информационных агентств как ведущих онлайн-ресурсов Таджикистана для составления полноценной картины о данном типе источников информации в

стране. В ходе исследования были сформулированы особенности сетевых информационных ресурсов Таджикистана.

Таким образом, исходя из столь активной роли, которые играют информационные агентства в сетевом информационном поле и в целом в информационном пространстве Республики Таджикистан, выбранная нами для исследования тема является актуальной и своевременной.

Степень изученности проблемы. Вопросы истории, роли и места информационных агентств Таджикистана в информационном пространстве страны, до сих пор, изучались частично в работах, посвященных различным аспектам таджикской журналистики.

История информационных агентств частично затрагивается в работе И. К. Усманова и Д. Давронова «История таджикской журналистики». В своей работе они дают краткое описание истории становления Таджикского телеграфного агентства (ТаджикТА) советского периода [51]. История правопреемницы «ТаджикТА» - НИАТ «Ховар» излагается в очень сжатой форме [51]. Процессы эволюции и развития единственного государственного информационного агентства Республики Таджикистан в данной работе не анализируются. Что касается частных информационных агентств, то они в этой работе совершенно не рассмотрены.

Функционирование информационных агентств страны более расширенно стало рассматриваться в работах, посвященных становлению интернет-журналистики в Республике Таджикистан.

Первой такой работой является диссертационное исследование В. В. Кулаковой «Интернет в системе средств массовой информации Таджикистана» (2007 г.) [76], в котором впервые сделана попытка рассмотрения проблем появления и становления таджикской интернет-журналистики в начале 2000-х годов, когда в стране активно стала внедряться сама глобальная сеть. Автор в своей работе рассматривает широкий спектр сайтов традиционных СМИ – газет, радио и телевидения,

которые активно начинали осваивать интернет-пространство. Наряду с ними вкратце рассмотрены сайты информационных агентств страны по состоянию на начало 2000-х годов.

В том же 2007 году Сухроби Мирзоали защитил диссертацию под названием «Деятельность зарубежных информационных агентств в Республике Таджикистан (на примере ИРНА и РИА «Новости»)» [45], которая соответственно было посвящено деятельности иранского и российского информационных агентств на территории Таджикистана. В его работе деятельность таджикских информационных агентств не рассматривается.

В кандидатской диссертации Л. Ф. Бокиевой «Формирование общественного мнения в русскоязычных СМИ и Интернет-ресурсах Республики Таджикистан» (2015) [7] анализируются материалы сайтов государственных органов – president.tj, mfa.tj, kremlin.ru, mid.ru. Материалы сайтов информационных агентств в этой работе не рассматриваются.

В 2016 году К. И. Комилов защитил кандидатскую диссертацию на тему «Место независимых информагентств «ASIA-Plus» и «Фергана» в информационном пространстве Таджикистана» [22]. В данной работе частично рассматривается история информагентства «ASIA-Plus» через сравнение его деятельности с российским информагентством «Фергана». В анализе материалов данных информагентств автор делает акцент на те публикации, в которых отражена общественная жизнь Центрально-Азиатского региона.

Другие сугубо научные работы, полностью посвященные деятельности информационных агентств Республики Таджикистан, не существуют.

Из научно-популярных работ необходимо отметить брошюру З. Саидова и А. Сабурова «Агентство «Ховар» - центральный государственный информационный орган суверенного Таджикистана» [37], в которой вкратце освещены вопросы относительно статуса, состояния и задач НИАТ «Ховар».

Творческая составляющая деятельности журналистов информагентства в данной брошюре не рассматривается.

Также необходимо отметить работы мемуарного характера, в основном посвященные истории и деятельности «ТаджикТА» - НИАТ «Ховар». К их числу относятся воспоминания ветеранов этого информагентства О. Соболева «Тебе молодой журналист» [44] и З. Насриддинова «Пульс «Ховара» [32].

По частным информационным агентствам работы мемуарного характера отсутствуют.

Помимо того, различные аспекты истории и функционирования информационных агентств Таджикистана фрагментарно и в контексте общих информационных процессов рассмотрены в работах Н. Н. Салихова, А. Н. Нуралиева, М. Б. Муродова, Д. М. Садуллаева, А. Х. Азимова, М. А. Абдуллозода, Ш. Б. Муллоева, М. Мукимова, Р. Бободжониёна, С. Ходжазода, А. А. Рахимова, З. Муминджанова, И. Джамолова, М. М. Султонова, Б. Валиева, Ф. Б. Бабаевой, Ф. З. Мирзоевой.

Вместе с тем, по сей день процессы появления, становления и эволюционного развития информационных агентств Республики Таджикистан, а также их роль и место в целом в интернет-журналистике страны комплексно не изучены. Представленное на защиту диссертационное исследование имеет целью восполнить данный пробел.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является комплексное изучение функционирования информационных агентств Таджикистана как сетевых изданий, а также выявление актуальных проблем в становлении сетевой журналистики региона в условиях роста популярности рассматриваемых источников информации внутри страны.

Для реализации данной цели были поставлены следующие **задачи**:

- изучение исторического процесса становления и развития информационного агентства в Таджикистане как типа СМИ;

- выявление актуальных проблем в процессе развития сетевой журналистики Таджикистана;

- анализ структуры официальных сайтов государственных и частных информационных агентств Таджикистана по дополненной системе типологии информационного агентства как сетевого издания;

- выявление сходств и различий между информационными агентствами Таджикистана через сравнительный анализ;

- определение общих черт и различий между информационно-аналитическими порталами Таджикистана.

- рассмотрение места и роли агентств в информационном пространстве Таджикистана, а также взаимоотношения органов государственной власти и СМИ в целом;

- установление специфики деятельности информационного агентства, определяющей принципы и методы работы агентств по формированию его функциональной и жанрово-тематической структуры.

- подтверждение трансформации информационного агентства в полноценное средство массовой информации.

Объектом исследования являются роль и место информационных агентств в системе СМИ Таджикистана, а также анализ их функционирования в информационном пространстве страны на примере ведущих информационных агентств республики - Национального информационного агентства Таджикистана «Ховар», частных информационных агентств «ASIA-Plus», «Avesta» и «Озодагон».

Предметом исследования выступают особенности внутренней структуры информационных агентств Таджикистана, специфика информационной работы журналистов агентств, тематические направления, своеобразие стиля и жанров материалов рассматриваемых информационных ресурсов.

Источники и материалы исследования. В качестве источников и материалов данного исследования преимущественно выступают страницы официальных сайтов рассматриваемых информационных агентств, а также частично других информационно-аналитических порталов Таджикистана. Источником исторических сведений по государственному информационному агентству «Ховар» являются отмеченные выше научно-популярные и мемуарные работы З. Ш. Саидова, З. Насриддинова и О. Соболева.

Статистическими источниками в данной работе являются данные Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан. Также источниками сведений в данной работе выступили различные информационные ресурсы таджикского сегмента Интернета. В работе приведены выдержки из нормативных правовых актов Республики Таджикистан и Российской Федерации. Также в исследовании использована информация российских веб-ресурсов для необходимых уточнений или разъяснений.

Теоретико-методологической базой диссертации стали труды известных российских ученых-теоретиков, имеющие отношение к рассматриваемой в данной работе теме. К таким основополагающим исследованиям относятся фундаментальные работы А. И. Акопова, Е. А. Вартановой, В. В. Ворошилова, Я. Н. Засурского, Л. М. Земляновой, А. А. Калмыкова, С. Г. Корконосенко, Сапунова В. И., Э. В. Могилевской, А. А. Тертычного, Ю. А. Погорелого, Е. П. Прохорова, М. В. Шкондина и других.

Методами исследования послужили принципы структурно-функционального, сравнительно-исторического и типологического анализа эмпирического материала. Был использован системный подход для выявления особенностей деятельности и контент-анализа сайтов информационных агентств и информационно-аналитических ресурсов Таджикистана.

Научная новизна диссертации, прежде всего, заключается в том, что до сих пор нет целостной исследовательской работы об особенностях и функционировании информационных агентств Республики Таджикистан. Исходя из этого, работа может служить основой для дальнейших научных исследований деятельности информационных агентств Республики Таджикистан как сетевых изданий. В нашей работе информационное агентство рассматривается, в первую очередь, как самостоятельный тип средств массовой информации в условиях современного развития СМИ и СМК, а не только как учреждение, действующее для снабжения информацией печатные издания, телевидение и радио.

Основные положения, выносимые на защиту:

- Информационное агентство из инфраструктуры СМИ, из снабдителя редакций газет, телевидения и радио в настоящее время трансформировалось в самостоятельный тип СМИ. Это стало возможным с появлением и развитием глобальной сети Интернет и интернет-журналистики.
- Информационные агентства играют заметную роль и занимают важное место в системе СМИ Республики Таджикистан и информационном пространстве страны.
- С 2005 года в Республике Таджикистан начала активно развиваться сетевая журналистика. Показателем служит рост количества информационных агентств, электронных газет и других информационно-аналитических порталов в республике.
- Исторический процесс развития информационного развития информационного агентства в Таджикистане, вначале как вспомогательного средства СМИ, а в настоящее время в качестве самостоятельного типа СМИ делится на два периода: а) советский; б) в условиях государственной независимости.

- Особенность функционирования информационных агентств в системе СМИ Республики Таджикистан определяется тем, что в стране действует единственное государственное информагентство НИАТ «Ховар», а остальные являются частными организациями.

- НИАТ «Ховар» как официальное информагентство, «ASIA-Plus», «Avesta» и «Озодагон» как частные информагентства занимают ведущие позиции в сетевой журналистики Республики Таджикистан и, несмотря на принадлежность к различным социальным типам СМИ, пользуются популярностью у целевой аудитории таджикского сегмента Интернет.

- Общественно-политическая и социальная информация формирует основные тематические направления информационных агентств Таджикистана, которая распространяется через использование информационных и аналитических жанров.

Хронологические рамки исследования. В работе учтены и обрисованы все обозначенные периоды в истории развития информационных агентств Таджикистана. Первым информационным агентством Таджикистана, созданным в 1925 году, является «Таджик-ТА», которое входило в сеть ТАСС. В Таджикистане в период с 1925 по 1991 год функционировало только одно информационное агентство. В период независимости информационное агентство было названо «Ховар»-ом, который ныне является единственным государственным информационным агентством РТ. Помимо того, это одно из первых агентств РТ, начавшее публиковать свои материалы во всемирной паутине. Впервые новая технология начала осваиваться организацией в 1998 году. В период с 2001 по 2012 год в Таджикистане появились одиннадцать частных информационных агентств, в том числе: «ASIA-Plus», «Авеста», «Озодагон». Все эти организации используют свои официальные сайты в Интернете в качестве основных площадок для распространения информации. Немаловажным

периодом исследования является 2010-2014 годы, когда существенно увеличился объём целевой аудитории информационных агентств. Многие элементы типологического анализа проводились в различные периоды 2015-2018 годов.

Теоретическая и практическая значимость. В теоретическом плане результаты исследования способствуют формированию целостного представления об информационных агентствах Республики Таджикистан как части системы СМИ страны. Они позволяют проследить эволюционный процесс формирования таджикских информационных агентств и сетевой журналистики, а также их трансформации в отдельный вид средств массовой информации.

Практическая ценность работы определяется содержащимися в ней выводами и положениями, которые могут быть использованы при подготовке учебных пособий, на лекционных и семинарских занятиях на факультетах и отделениях журналистики, а также в профессиональной деятельности журналистов.

Результаты исследования могут быть полезны научному сообществу исследователей журналистики, поскольку данные могут быть использованы при рассмотрении и изучении схожих процессов.

Апробация результатов исследования. По материалам диссертации опубликовано семь статей, пять из которых изданы в научных журналах, рекомендованных ВАК Министерством образования и науки РФ. Результаты диссертационного исследования были представлены на ежегодных научных конференциях профессорско–преподавательского состава РТСУ и на традиционных научно–практических конференциях молодых учёных.

Диссертация обсуждена на совместном заседании кафедр отечественной и международной журналистики, печатных СМИ и PR, телевидения и радиовещания РТСУ от 30 ноября 2018 года (протокол №4) и рекомендована к защите по специальности 10.01.10 – журналистика.

Структура диссертации определяется поставленной целью и обозначенными задачами. С учетом этого, работа состоит из введения, двух глав, шести разделов, заключения и библиографии.

Первая глава «Роль и место информационных агентств в системе СМИ современного Таджикистана» состоит из трех разделов. В ней представлены такие вопросы, как история, теория и современное состояние информационных агентств; типологические признаки и жанрово-тематические особенности материалов информационных агентств Таджикистана.

Вторая глава «Особенности функционирования информационных агентств в информационном пространстве Таджикистана (на примере НИАТ «Ховар», «ASIA-Plus», «Avesta» и «Озодагон»)» также состоит из трех разделов. В данной главе на основе источников и конкретных примеров анализируются процессы возникновения, становления, эволюции и развития четырех ведущих информационных агентств страны, которые в целом определяют их роль, место и функционирование в системе средств массовой информации Республики Таджикистан.

Библиографический список диссертации, включает в себя научно-теоретическую, научно-популярную, мемуарную литературу по теме диссертации, а также тексты сайтов рассматриваемых в работе информационных агентств, справочники, словари, юридические документы, в общей сложности 196 наименований.

Глава I. Роль и место информационных агентств в системе СМИ современного Таджикистана

1.1. Информационное агентство в системе СМИ: история, теория и современное состояние

Современные информационные агентства являются важнейшим компонентом системы средств массовой информации. По определению ряда исследователей, они «являются основным звеном любой национальной медиасистемы, так как именно они формируют повестку дня, выделяя в потоке информации главные новости» [8, с. 6].

В эпоху своего появления и становления информационные агентства выступали посредниками в передаче новостей и аналитических материалов через массово-коммуникационные средства распространения информации, но в настоящее время они, в сущности, трансформировались в самостоятельный вид СМИ.

Ю. А. Погорелый так оценивает место данного типа СМИ в журналистике: «Информационные агентства находятся в самом центре системы средств массовой информации. Их работа редко доходит до широкой публики напрямую: как правило, новости, которые готовят агентства, используют другие средства массовой информации: газеты, телевидение и радио. Главными читателями информационных «лент» (названных так из-за рулонов бумаги, использовавшихся до последнего времени для печати сообщений агентств) являются профессиональные журналисты или аналитики – только они способны разобраться в сотнях сообщений на все мыслимые темы, появляющихся на «лентах новостей» [35, с. 51].

Следует отметить, что данное определение отражает суть деятельности информационных агентств на первом историческом этапе их становления, т.е. до эпохи глобальной сети Интернет, когда они не имели возможности непосредственно доставить свой контент до массовой аудитории.

Информационные агентства всегда играли важную роль в системе СМИ любой страны, являясь ее важной составляющей, но на современном этапе развития мировой журналистики их роль значительно возросла. Принципы системы СМИ и условия ее существования сформулировал М. В. Шкондин: «Средства массовой информации как сложно организованный объект должны отвечать требованиям системного подхода:

- сохранять целостный характер, несмотря на существование разнообразных, отличающихся друг от друга СМИ, формируя единое информационное пространство для всех членов общества, постоянное информационное взаимодействие в общественной системе;

- располагать совокупностью компонентов, каждый из которых активно взаимодействует со своей средой и друг с другом на основе присущих СМИ закономерностей;

- иметь необходимый набор функций и так их реализовывать, чтобы удовлетворить информационные потребности личности, различных групп населения, общества в целом;

- структура как способ связи компонентов должна располагать такой совокупностью различных газет, журналов, теле- и радиопрограмм, которые могут способствовать выполнению этих функций;

- СМИ должны быть организованной системой, действующей в соответствии с развитием условий жизни общества, иметь для этого необходимые организационные отношения между участниками массовой информационной деятельности (отношения координации, дисциплины, ответственности и др.). Для осуществления организационных процессов необходимы соответствующие административно-управленческие структуры в составе редакций, издательств и др.» [42, с. 17].

Такое максимально расширенное объединение в одну систему достаточно разнородных структур теоретически возможно. Действительно, всех их объединяет то, что они работали напрямую не для читателя, зрителя

или слушателя, а для профессионалов, которые в дальнейшем распространяли и распространяют среди широкой аудитории информацию агентств, предварительно подвергнув ее отбору и редактированию.

Однако по многим иным существенным параметрам информагентства отличаются от других звеньев данной системы. Первоочередной задачей пресс-центров или пресс-служб является организация информационной площадки для проведения разного рода встреч ньюсмейкеров и журналистов (пресс-конференции, брифинги, круглые столы и т.п.). Поэтому «налаживание контактов с журналистами», бесспорно, входит в круг их обязанностей. Информационные агентства также могут заниматься такого рода деятельностью, но для этого создают отдельную подструктуру. Например, при НИАТ «Ховар», единственном государственном информационном агентстве Таджикистана, действует «Республиканский пресс-центр». Вместе с тем для самих информационных агентств «ни проведение брифингов, ни контакты с журналистами не являются не только приоритетными, но даже необходимыми» [8, с.16]. Это говорит о том, что информационные агентства ныне являются не только частью инфраструктуры СМИ, но и компонентом массово-коммуникационных вещательных средств.

Как было указано, в системе средств массовой информации любой страны в настоящее время феномен информационного агентства занимает важнейшее место. С момента появления первого информационного агентства во Франции в первой половине XIX века и до сего дня они выполняют двоякую роль: во-первых, снабжают текущей информацией массово-коммуникационные средства массовой информации – периодическую печать, радио и телевидение, а во-вторых, сами непосредственно выходят на массовую аудиторию. Первая роль была основной до эпохи появления, по выражению М. Кастельса, «галактики Интернета» [19], а ныне приоритетной стала вторая роль.

Основателем информационного агентства считается французский финансист и переводчик Шарль Луи Гавас (1783-1858). В 1835 году он впервые в мире создал агентство «Гавас», назначение которого было сбор и обработка новостей с дальнейшей их продажей газетам. Таким образом, Гавас стал снабжать газеты оперативными новостями, которые до тех пор редакции с трудом добывали, тратя большие средства на корреспондентов. Он избавил их от необходимости посылать корреспондентов в отдаленные места, и редакции начали активно сотрудничать с агентством.

После появления первого в мире агентства по сбору и добычи новостей во всех развитых странах начали создаваться информационные агентства: «Associated Press» (1846) и «United Press International» (1907) (США), «Reuters» (1851) (Великобритания) и Российское телеграфное агентство (1894).

История зарождения информационных агентств в Таджикистане тесно связана с историей российских информационных агентств. До обретения независимости, в советский период, в Таджикистане функционировало ИА «ТаджикТА» («Таджикское телеграфное агентство») ¹, которое являлось структурным подразделением ТАСС (Телеграфное агентство Советского Союза). Что касается ТАСС, то оно было создано на базе Российского телеграфного агентства (РОСТА - 1918), созданного в свою очередь на базе Санкт-Петербургского телеграфного агентства (1904) переименованного в годы Первой мировой войны в Петроградское телеграфное агентство (ПТА). В 1925 году РОСТА был переименован в ТАСС, которое затем стало одним из мировых лидеров в этой области наряду с вышеназванными американскими и европейскими информационными агентствами. В настоящее время ТАСС функционирует в качестве информационного агентства России. На сайте агентства отмечается, что «в 1992 году, когда

¹ В настоящее время под этим названием функционирует частное ИА «ТаджикТА», учредителем которого является ООО «ТаджикТА». Директором является Дж. Р. Ульмасов

СССР уже прекратил существование, агентство получило название «Информационное телеграфное агентство России». При этом аббревиатура ТАСС была сохранена как всемирно признанная и авторитетная марка и как дань уважения к истории одного из столпов информационного рынка» [74].

В том же 1925 году, то есть уже через год после образования Таджикской АССР, 31 декабря было создано «ТаджикТА». В этот день Президиум ревкома Таджикской АССР принял Постановление об организации отдела ТАСС в республике [32, с.8].

Постепенно агентства по сбору и добыче новостей стали приносить прибыль, делали работу газет более оперативной, а их содержание - более насыщенным в информационном плане и впоследствии превратились в крупнейшие мировые компании глобального масштаба.

Небывалое развитие информационных агентств тесно связано с зарождением телеграфа, когда передача информации стала оперативной и это было своего рода революцией в их дальнейшем продвижении. Через телеграф корреспонденты агентств быстро передавали текущую информацию в газеты, а они в свою очередь распространяли ее среди массовой аудитории. Поэтому изначально информационные агентства назывались телеграфными агентствами.

Пионером в этой сфере являлось первое американское информационное агентство «Ассошиэйтед Пресс» основанное в 1848 году в Нью-Йорке [39, с. 221].

Как известно, в первые десятилетия XXI века произошел революционный прорыв в области информационно-коммуникационных технологий, который привел не только к развитию СМИ, но также к его существенной трансформации. Эта трансформация выражается во взаимопроникновении различных видов СМИ благодаря глобальной сети Интернет. Мировая паутина не только сделала доступным получение во всех уголках мира любой информации – на ее основе также возникла

мультимедийная или конвергентная журналистика, в результате чего происходит конвергенция или слияние различных видов журналистики. Как в связи с этим пишет Е.А. Вартанова, «процесс конвергенции оказывает столь значительное влияние на СМИ, что захватывает практически все традиционные сектора медиа экономики. Так называемые «старые» СМИ, существующие в аналоговой форме, благодаря переводу в цифровой формат приобретают общие свойства, которые в результате ведут к возникновению «новых» онлайн-медиа» [9, с. 289].

Другими словами, «общие свойства» приобретают сайты бумажных газет/журналов, порталы сугубо электронных газет/журналов, не имеющих бумажной версии и сайты информационных агентств со своей отдельной редакцией. Но помимо «общих свойств в качестве новых онлайн-медиа они в то же время имеют свои отличительные черты, раскрытие которых является дальнейшей задачей исследователей.

Появление Интернета вывело массовую коммуникацию на новый уровень, породило новые способы передачи данных – высокоскоростной, транснациональный, низкозатратный, интерактивный. Став одним из важных компонентов системы СМИ, Интернет оказал влияние не только на функционирование каждого из ее элементов, но и – шире - на деятельность общества в целом. Он превратился в неотъемлемую часть современной культуры и как локомотив информационного общества «оказывает влияние на целевые установки журналистской деятельности» [17,с.8].

А потому неслучайно эпоху глобализации и информационного общества также называют эпохой «сетевой цивилизации» [17,с. 32], в формировании которой, на наш взгляд, существенную роль играет сетевая журналистика.

Важнейшей информационно-коммуникационной составляющей этой цивилизации является именно мировая глобальная паутина – Интернет. Исходя из этого, по нашему мнению, верно утверждение о том, что

«... средой формирования современной журналистики следует рассматривать информационное общество, особенности которого детерминируют свойства, функции и типологические признаки современной журналистики. Именно оно ставит перед журналистикой качественно новые цели и задачи, являющиеся следствием новой функции журналистики как информационно-коммуникативного менеджера, управляющего развитием информационного общества в соответствии с новыми социально-культурными детерминантами» [17, с. 38].

С учетом такого понимания мы отчетливо наблюдаем, что на данном этапе в глобальной сети сложилась определенная система информационных агентств, которая обладает основными закреплёнными за системностью признаками: целостностью, структурностью, наличием компонентов, взаимозависимостью системы и среды, иерархичностью. Пребывание информационных агентств в Интернете позволило им превратиться, во-первых, в динамично развивающиеся медиаструктуры; а во-вторых, в мгновенно откликающиеся на все технологические новинки, и более того, занимающие лидирующие позиции на рынке доставки оперативной информации массовой аудитории.

В современных условиях информационные агентства стали занимать заметное место в системе СМИ, более того – мы можем уже говорить о том, что они формируют собственную подсистему со своей типологической спецификой. По этой причине прежние определения, где исследователи отделяли информагентства от массово-коммуникационной составляющей СМИ, сегодня к современным агентствам неприменимы. Многие ученые, считая информационные агентства инфраструктурой СМИ, до сих пор полагали, что информационные агентства – это организации, предоставляющие информационные услуги в первую очередь для массмедиа.

В теории журналистики информационное агентство рассматривается в качестве инфраструктуры или, как утверждает Е. П. Прохоров, «системы

жизнеобеспечения деятельности журналистики» [36, с. 247]. В инфраструктуру СМИ он включает помимо информационных агентств также пресс-центры, пресс-службы, PR-службы, рекламные агентства, образовательную систему подготовки кадров журналистики и ряд других. Несмотря на развитие СМИ и СМК, наблюдения показывают, что все перечисленные виды не вышли из рамок вспомогательных средств жизнеобеспечения журналистики.

Совсем другая картина наблюдается в случае с информационным агентством, которое из других видов инфраструктуры журналистики наиболее близко к периодической печати, радио и телевидению, поскольку также занимается производством массовой информации. В то же время Е. П. Прохоров отмечал: «однако от газет, журналов, радио и телевидения информационные службы (информационные агентства) отличаются тем, что по преимуществу не «выходят» непосредственно на массовую аудиторию, а снабжают своей информацией газеты, журналы, радио и т.д.» [36, с. 248].

Помимо Е. П. Прохорова другие теоретики журналистики, такие как В.В. Ворошилов [11, с. 130], И. К. Усмонов [50, с. 111] также до сих пор относят информационные агентства в структуру системы СМИ как часть информационных служб. Тем самым они подчеркивают их инфраструктурный или вспомогательный характер, так как информационные агентства на медийном рынке появились в качестве вспомогательных служб, обеспечивающих новостями печатные и электронные СМИ.

Е. Л. Вартанова, Г. В. Вирен, Т. И Фролова не согласны с тем, чтобы информационное агентство относить к «инфраструктуре», и ставят такой вопрос: «ведь если агентства - инфраструктура, то другие СМИ - собственно журналистика?». В то же время они отмечают, что «обслуживающий характер работы информагентств очевиден» [8, с. 6].

Приводя определения ряда других исследователей, они дают свое собственное, выделяя информационное агентство в отдельную

типологическую группу: «Таким образом, существенными признаками, которые позволяют выделить информационные агентства в самостоятельную типологическую группу, являются признаки аудиторные и целевые: поиск, сбор, обработка, распространение и хранение информации, предназначенной для последующего использования профессионалами СМИ» [8, с. 6].

С. Ю. Чимаров и С. С. Ярощевский считают, что «информационное агентство – организация, специализирующаяся по продаже СМИ государственным и коммерческим структурам новостей и аналитической информации, касающейся вопросов политики, экономики, общественной жизни, культуры, науки» [48, с. 116]. Здесь подчеркивается только главная функция информационных агентств – обслуживание и продажа новостей СМИ.

О. Лашук считает, что его определение, согласно которому «информационные агентства стали самым настоящим средством массовой информации» [25, с. 59], является наиболее точным, поскольку сообщения на их сайтах идут непрерывным потоком, сразу поступая к потребителю, еще до того, как их опубликуют или озвучат в СМИ, восполняют информационный вакуум.

Другое определение информационного агентства сформулировано следующим образом: «Информационное агентство – специализированное информационное предприятие (организация, служба, центр), обслуживающее СМИ. Его основная функция – снабжать оперативной политической, экономической, социальной, культурной информацией редакции газет, журналов, телевидения, радиовещания, а также другие учреждения, организации, частных лиц, являющихся подписчиками на его продукцию. Функционирование агентства ориентировано на сбор новостей» [69].

Данное определение было сформулировано в 2001 году, а потому спустя восемнадцать лет уже полностью не отражает те реалии, в которых функционируют информационные агентства на современном этапе своего

развития. В это определение необходимо добавить то, что функционирование агентства ориентировано не только на сбор новостей (как это было со времен основания первых информационных агентств, в первой половине XIX века), но также на распространение новостей среди массовой аудитории через свои интернет-сайты и порталы.

Как в связи с этим отмечает А. В. Куликовский, «информационное агентство – профессиональное и конкурентоспособное онлайн-издание. Отличие агентства от периодики – возможность прямого контакта с читателем, то есть интерактивность» [24, с. 8]. Э. В. Могилевская формулирует современные функциональные черты информационных агентств следующим образом: «С зарождением и развитием цифровых технологий, спутниковой связи, слиянием компьютерных и коммуникационных технологий и, что важнее всего, появлением Интернета, информационным агентствам вновь пришлось пересмотреть существовавшую организацию и режим работы, подтверждая тем самым статус динамично развивающихся средств массовой информации. При появлении новых коммуникационных каналов расширялся и охват аудитории, росло количество клиентов и подписчиков агентств, менялись функциональные особенности, возможности и характер предоставляемых услуг» [77].

На наш взгляд, наиболее недвусмысленный вывод делает О. Р. Лащук, по мнению которой в функционировании современных информационных агентств «новое заключается в том, что, благодаря развитию Интернета, сообщения крупнейших информационных агентств идут на их сайтах практически непрерывным потоком, сразу поступая к конечному потребителю, еще до того, как их опубликуют (в газете), озвучат (на радио и телевидении). Таким образом, информационные агентства стали самым настоящим средством массовой информации. Поскольку собственно новостной факт является определяющей, а часто единственной компонентой

сообщения, информационные агентства, особенно крупные, благодаря эксклюзивным источникам информации оказываются весьма конкурентоспособными в своем новом качестве» [25, с. 4].

Охват мировой паутиной всего мирового информационного пространства трансформировало информационные агентства в самостоятельный вид СМИ, так как Интернет дает им возможность прямого выхода к своей аудитории. Ныне информационные агентства не только выполняют свою прежнюю роль, т.е. снабжают информацией другие СМИ, но уже непосредственно, через свои сайты предоставляют читателям собранные ими новости.

На наш взгляд, ключевым фактором в выделении информационного агентства в отдельный и особый вид СМИ является именно их возможность непосредственного распространения своей собственной информации. Из простых агентств по сбору новостей они постепенно с развитием информационно-коммуникационных технологий превратились в информационные агентства мирового масштаба. А в настоящее время в условиях становления информационного рынка в системе СМИ «именно функционирование информационных агентств может служить своеобразным индикатором состояния медиасистемы и, в определенном смысле, общества в целом» [8, с. 7], так как они начали играть огромную роль благодаря непосредственному выходу на аудиторию.

Следует отметить, что новый Закон Республики Таджикистан «О печати и других средствах массовой информации», принятый 19 марта 2013 года, определяет понятие «информационное агентство» следующим образом: «Информационные агентства – юридические лица, зарегистрированные в порядке, установленном законодательством Республики Таджикистан, занимающиеся сбором, разработкой, подготовкой и публикацией информации» [67].

В статье первой старого Закона Республики Таджикистан «О печати и других СМИ», принятого 14 декабря 1990 года, «средствами массовой информации наряду с газетами, журналами, бюллетенями, телевизионными и радиодиффузными передачами» определены «сообщения информационных агентств» [34, с. 137].

Как видим, если старый закон признает средством информации сообщения информационных агентств, то новый закон в своем определении статуса информационных агентств, включает в его функции не только сбор, разработку и подготовку информации, но также ее публикацию. А публикацию разнообразной по тематике и жанру информации современные информационные агентства, в основном, осуществляют самостоятельно, через собственные интернет-сайты, на которые читатель может обращаться напрямую. Они выходят на массовую аудиторию именно в качестве сайта конкретного информационного агентства, и их необходимо различать от других онлайн-СМИ, таких как электронная газета или же электронные версии периодических изданий.

Наблюдения за динамикой таджикского сегмента Интернета выявили, что мировые процессы развития сети, в том числе интернет-журналистики, не минуют и Республику Таджикистан. С повышением уровня жизни таджикстанцев с каждым годом возрастает их благосостояние и, как следствие, домашние компьютеры перестают быть роскошью и становятся обычным предметом бытовой техники, как, скажем, телевизор. Уже сейчас в задачи отечественных журналистов должно входить формирование устойчивого общественного мнения о том, чтобы в сознании масс Интернет стал считаться новым средством информирования наряду с традиционными средствами.

Можно говорить о том, что таджикские интернет-СМИ в самое ближайшее время перейдут на существенно новый путь профессионального развития, который будет способствовать росту их конкурентоспособности по

отношению к традиционным средствам массовой информации и в конечном итоге приведет к высокому индексу цитирования материалов отечественных интернет-СМИ другими массмедиа.

Под интернет-СМИ понимается регулярно обновляемый информационный сайт, позиционирующий себя в качестве средства массовой информации, имеющий основные типологические характеристики, пользующийся определенной популярностью. Большинство интернет-СМИ обновляется ежедневно или даже непрерывно в течение дня, как, например, рассматриваемых в нашей работе сайты ведущих информационных агентств Таджикистана - khover.tj, avesta.tj, news.tj, ozodagon.tj. Благодаря этой оперативности интернет-СМИ часто используются в качестве источников информации для традиционных массмедиа.

Еще в 2006 году сайт top.tj оценивал «рост аудитории Таджнета за третий квартал 2006 года примерно 30%. А общая месячная аудитория Таджнета составляло 3500 000–4000 000 человек по всему миру» [88].

В то же время, согласно итогам развития информационных технологий для Таджикистана, за 2015 год «Таджнет пополнялся новыми сайтами. Продолжали набирать обороты доски объявлений и вкупе с новостными сайтами, торрент-трекерами и сайтами онлайн просмотра видео, являлись лидерами по посещаемости среди сайтов в Таджикистане» [75]. Это показывает, что интернет-аудитория Таджикистана живо интересуется ежедневными событиями, освещаемыми, в том числе, сайтами информационных агентств. Больше всего, несомненно, популярны новостные ресурсы Рунета и Таджнета, которые позволяют интернет-аудитории узнавать о текущих событиях дня.

Что касается в целом роста аудитории Интернета в Таджикистане, то «по данным опроса Центрально-Азиатского Барометра она составляет 29% - среди взрослого населения страны, от 18 лет и старше. Жители Таджикистана активно используют Интернет для общения (социальные сети 62 %

аудитории), образования и обучения (16%), электронной почты (9%), обзора новостей и спортивной информации (12 %), просмотра фильмов и видео (4%)» [59].

В то же время по данным предварительного анализа среды обмена интернет-трафиком в Таджикистане, по состоянию на «30 мая 2017 года Интернетом пользуется от 15 до 40% населения» [93].

Таким образом, как с теоретической, так и с практической точек зрения информационное агентство необходимо рассматривать в качестве полноценного и самостоятельного типа СМИ, более того «особого СМИ» [8, с. 15], и наш подход в данной работе будет основан на таком понимании статуса информационных агентств.

Наш вывод также основывается на том, что функционирование информационных агентств Республики Таджикистан в современной медийной среде страны показывает их самостоятельность в качестве массово-коммуникационного средства информации, характеризующегося прямым выходом на массовую аудиторию.

1.2. Характерные черты становления информационных агентств Таджикистана и их типологические признаки

Информационные агентства Республики Таджикистан в качестве самостоятельных массово-коммуникационных средств функционируют в системе средств массовой информации страны. Особенности становления системы СМИ Республики Таджикистан заключается в том, что она формировалась в двух отличающихся друг от друга социально-политических устройствах общественной жизни и состоит из следующих взаимосвязанных этапов:

- первый этап – с марта 1925 года по сентябрь 1991 года;

- второй этап – с сентября 1991 года по настоящее время.

Хотя первая таджикская газета «Бухорои шариф» («Священная Бухара») вышла в свет 11 марта 1912 года (по старому стилю) еще при эмирском строе и заложила основу, в целом, таджикской журналистики, но после 153 номера она была закрыта. Затем до 1919 года, т.е. до создания первого таджикского советского журнала «Шуълаи инкилоб» («Пламя революции»), таджикская печать на территории Бухарского эмирата и Туркестана отсутствовала (за исключением двуязычных периодических изданий). Журнал «Шуълаи инкилоб» также просуществовал около трех лет (с 10 апреля 1919 года по 8 декабря 1921-го). После этого, в течение двух лет и восемь месяцев, таджикской периодической печати на территории Центральной Азии «на страницах, которой можно было бы отражать интересы таджикского народа» не существовало [1, с. 126]. Стабильно таджикские газеты начали выходить с 24 августа 1924 года, когда начала печататься газета «Овози тоджик» («Голос таджика»), «ставшая достойным наследником печати нового времени» [3, с. 65].

14 ноября того же года была образована Таджикская АССР в составе Узбекской ССР, и таким образом таджики приобрели свою государственность.

Система таджикских СМИ начала формироваться во второй половине 20-х гг. XX века, точнее с 1925 года, когда 15 марта, в день фактического объявления образования Таджикской АССР, в свет вышла газета «Иди тоджик» («Праздник таджика»), впоследствии выходящая под названием «Бедории тоджик» («Пробуждение таджика»). Затем в течение этого периода один за другим начали выходить такие газеты и журналы, как «Рахбари дониш» («Путеводитель знания» - 1927 г.), «Советский Таджикистан» (на русск.яз-1925), «Дониш ва омузгор» («Знание и учитель»-1926), «Кизил Тоджикистон» (на узб. яз., «Красный Таджикистан» - 1928), «Рахнамои мухбирон» («Путеводитель корреспондентов»-1928), «Саводи мехнат»

(«Грамотность труда»-1929), «Мулло Мушфики» (1929) и другие [51, с. 122-134].

С 31 декабря 1925 года в Душанбе начало функционировать республиканское телеграфное агентство («ТаджикТА») в системе ТАСС [51, с. 139]. Знаменательность образования «ТаджикТА» состояла в том, что в республике помимо печатных периодических изданий по существу появился другой вид СМИ.

Таким образом, во второй половине 20-х годов прошлого века началось формирование системы СМИ Таджикистана, которая в последующие десятилетия постепенно развилась в полноценную структуру.

В 30-40-х годах появились новые периодические издания – как республиканского, так и местного характера, увеличились тиражи и начали проявляться типологические черты. Даже в период Великой Отечественной войны (1941-1945), когда многие периодические издания прекратили свой выход, а существующие печатались малыми тиражами и «многие журналисты, работники республиканских, областных и районных газет. для защиты Родины отправлялись на фронт» [29, с. 29], формирование системы СМИ республики замедлилось, но основы не были разрушены. Кроме того, в годы войны не прекратило вещание таджикское радио, хотя объем его «ежедневных программ сократился с 14 часов до 6-7 часов, а количество сотрудников из 50, сократилось до 10-12 человек» [53, с. 33]. А само радиовещание, как уже третий вид СМИ в Таджикистане, началось «10 апреля 1930 года такими словами в радиоэфире: *«Внимание, внимание, внимание, здесь Сталинабад»*» [53, с. 5].

50-60-е годы прошлого века можно назвать десятилетиями зарождения и становления нового для того времени вида электронных СМИ – телевидения, а также дальнейшего развития радиовещания.

В промежуток с 1951 по 1959 годы, в течение девяти лет, помимо Москвы и Ленинграда телевизионные центры были созданы во всех

национальных республиках СССР, в том числе в 1959 году в Таджикистане. 3 октября 1959 года в 18 часов по местному времени из уст дикторов Рафоат Абдусаломовой и Валентины Исаевой впервые на телеэкранах жителей Душанбе на таджикском и русском языках прозвучали приветствия: *«Ассалому алейкум, тамошобинони азиз! Студияи телевизиони Сталинобод намоиши якумини худро сармекунад»*. *«Здравствуйте, дорогие телезрители! Сталинабадская студия телевидения начинает свою первую передачу»* [14, с. 34].

Становление телевидения во всех аспектах, как в творческом плане, так и в техническом, выпало на 60-е годы XX века. Увеличились и улучшились хронометраж и качество программ, год за годом, накапливался опыт, росло мастерство творческого коллектива республиканского телевидения. Кроме того, увеличивалось и число зрителей, смотрящих телепередачи. Если в 1960 году у населения республики имелось 200 телевизоров, то в конце этого десятилетия их было уже около 20 тысяч. В 60-е годы также произошли заметные изменения в радиовещании. В это десятилетие были учреждены еще два республиканских радиоканала – второй и третий, и таким образом «таджикский слушатель нашел возможность выбора радиоканалов» [53, с. 83].

70-80-е годы можно назвать десятилетиями развития, первого этапа становления системы СМИ Таджикистана. В этот период все виды СМИ развились по всему спектру функционирования массово-коммуникационных средств. Появились новые и разнообразные периодические издания, программы радио и телевидения, увеличились тиражи газет, журналов, книг. Развитию СМИ особенно способствовала политика перестройки и гласности, когда появились первые частные и коммерческие издания, открыто освещающие на своих страницах наиболее и замалчиваемые годами проблемы.

В период перестройки самым востребованным средством информации являлась периодическая печать, расцвет которой пришелся на 1988-1990 годы. В этот период в газетах стали появляться статьи, открыто обсуждавшие проблемы исторического и национального самосознания, самостоятельности республики, ее независимости от центра, придания таджикскому языку статуса государственного и т.п. 14 декабря 1990 года был принят Закон Республики Таджикистан «О печати и других СМИ», один из первых в СССР. Аналогичный Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» был принят через год, 27 декабря 1991 года. В статье 2 Закона Республики Таджикистан «О печати и других СМИ» впервые в истории СМИ страны четко было определено: «Печать и другие средства массовой информации в Республике Таджикистан свободны. Каждый гражданин республики имеет право свободно выражать свои убеждения и мнения, распространять их в любых формах в печати и других средствах массовой информации. Государственная цензура и преследование за критику запрещается» [34, с. 138].

Все это привело к тому, что в 1990 году в республике печатались «130 периодических изданий, а их годовой тираж составил 282 миллионов экземпляров» [51, с. 244].

Хотя в 1991 году, особенно в его второй половине, после распада СССР, в республике начались массовые волнения, но средства массовой информации продолжали полнокровно действовать. Массовые волнения и митинги, в конце концов, привели к гражданской войне и разрухе народного хозяйства, которые продолжались около пяти лет (1992-1997 гг.) до подписания соглашения об установлении мира и национального согласия 27 июня 1997 года. Кризис, охвативший все народное хозяйство, конечно же, не минул и медиаиндустрию. Многие периодические издания прекратили выход, тиражи других резко упали. Если в 1990 году, как уже было отмечено,

годовой тираж периодических изданий составлял 282 млн. экземпляров, то в 1993 году составил 24 млн. экземпляров».

В течение переходного отрезка времени от перестройки к государственной независимости, т.е. в период 1991-1992 годов, несмотря на беспокойную ситуацию, средства массовой информации продолжали функционировать. С 1993 года, когда в стране вспыхнула гражданская война, как уже было отмечено, функционирование многих из них было прекращено решением Верховного суда Таджикистана в июне того же года, а тиражи других резко упали.

Вместе с тем, как и в годы Великой Отечественной войны, во время гражданской войны, развитие СМИ в Республике Таджикистан замедлилось, но его основа и фундамент не был окончательно разрушен и даже шел определенный процесс становления. Например, наряду с государственным радио и телевидением в Душанбе функционировало общественное телевидение «Сомониён», а в Худжанде – частное телевидение «ТВ-7». Дальнейшему росту и развитию как государственного, так и частного телевидения в стране способствовало принятие Закона Республики Таджикистан «О телевидении и радиовещании» 14 декабря 1996 года (№ 382) [68]. В этом же 1996 году в стране появилась первая частная радиостанция «Тироз» в городе Худжанде.

Возрождение СМИ в стране началось после заключения 27 июня 1997 года «Общего соглашения об установлении мира и национального согласия в Таджикистане». Обстановка мира и стабильности дали мощный толчок восстановлению и развитию народного хозяйства, в целом, и индустрии СМИ, в частности. Возродилась частная пресса («Неруи сухан» («Сила слова»), «Рузинав» («Новый день»), «Нигох» («Взгляд»), «Озодагон» («Благородные»), «Миллат» («Нация») и др.), стабильно и большими тиражами начали выходить государственные периодические

издания, а официальное издание Республики Таджикистан - газета «Джумхурият» стала ежедневным.

В 2002 году в Душанбе в эфир начала выходить первая частная FM радиостанция «ASIA-Plus», а ныне в стране действуют 17 частных радиостанций и государственных радиоканалов [108].

В 2005 году впервые в истории телевидения страны был создан второй общереспубликанский государственный телевизионный канал «ТВ Сафина». В последующие годы были созданы и другие телеканалы общественного масштаба, такие как «Джахоннамо», «Бахористон», «Синамо», «Варзиш», «Футбол» и «Шахнавоз» наполнившие информационное пространство страны и способствующие развитию системы телевидения.

На фоне развития всех видов средств массовой информации происходило развитие также информационных агентств. Помимо государственного информационного агентства «Ховар», как было отмечено, появились частные информационные агентства – «ASIA-Plus», «Avesta», «Озодагон» и т.д., которые занимают достойные позиции в информационном пространстве современного Таджикистана.

Следует отметить, что развитие как государственного, так и частных информационных агентств тесно связано с внедрением и развитием в Таджикистане глобальной сети Интернет и интернет-журналистики.

Динамичное развитие Интернета породило новый вид профессиональной деятельности в системе средств массовой информации – интернет-журналистику. Этот процесс развивается во всем мире и становится объектом научных исследований. Как отмечают А. А. Калмыков и Л. А. Коханова, «интернет-журналистика – это качественно новый культурный и цивилизационный феномен, представляющий собой деятельность по формированию и представлению информационных образов актуальности, причем носителями этих образов могут быть не только слово, но и картинка, фотография, кино, видео, звук, веб-страница – любой объект,

способный выступать в роли носителя информации или текста в широком смысле того слова» [17, с. 9]. Обосновывая свою мысль о «качественно новом культурном и цивилизационном феномене» эти авторы приходят к такому выводу, что «... интернет вначале породил интернет-журналистику де-факто, а уже потом журналистика стала осваивать интернет, как среду своей профессиональной деятельности и признала Web-журналистику де-юре» [17, с. 11].

Однако, в Таджикистане, несмотря на сам факт существования интернет-журналистики, пока еще окончательно не определен ее статус, значение и роль в системе средств массовой информации страны. С учетом этого, мы будем исходить из самого факта существования интернет-журналистики или же сегмента СМИ в Таджикистане.

Следует отметить, что глобальная сеть в Республике Таджикистан начала внедряться в условиях гражданской войны еще в 1994 году. Основателем таджикского интернета по праву считается Шавкат Халилов, которого называют «отцом таджикского Интернета». В 1994 году, когда все предприятия и организации в стране закрывались, он создал компанию «Телеком Технолоджи». В то время, как другие растаскивали, расхищали остановившиеся предприятия, Шавкат Халилов занялся созиданием, и в 1996 году впервые запустил 40 крупнейших банковских и международных корпоративных сетей в стране» [96].

Политическая стабилизация в Таджикистане, наступившая после достижения перемирия противоборствующих сторон в 1997 году и установления конституционной власти, способствовала процессу внедрения новых информационных технологий и развитию Интернета. Особенно активное освоение Всемирной сети началось с середины 2000-х годов.

«К 2012 году в зоне тj было зарегистрировано 6168 доменных имен. В начале 2013 года число пользователей Интернет в стране достигло 3,7 миллионов или около 45% населения страны. Международный союз

электросвязи сообщает о более низком уровне в 14, 5 %, который по мнению таджикских экспертов весьма занижен» [66].

Согласно докладу о «Государственной политике Республики Таджикистан в информационное сфере», по состоянию на 2016 год «Интернетом в Таджикистане пользуется около 1,6 миллиона населения, и это составляет 19 % от общего количества проживающих в стране людей» [184].

«На 1 октября 2017 года количество пользователей Интернета составило 2229,3 тысяч абонентов, а пользователей мобильной связи 6626,0 тысяч абонентов, из них 3975,6 тысяч – активные абоненты» [56]. А «на 1 января 2018 года количество пользователей Интернета составило 2 миллиона 472,7 тысяч абонентов» [57].

Эти показатели свидетельствуют, что Таджикистан не слишком отстает от большинства республик бывшего СССР в этой сфере, а мнение таджикских экспертов показывает, что оценки иных международных структур, в том числе Международного союза электросвязи, являются не вполне объективными. Вместе с тем, хотя пока сетевые СМИ еще не заняли устойчивые позиции в информационном пространстве республики, однако динамичные темпы развития таджикского сектора интернет-сети дают право прогнозировать формирование в ближайшем времени нового полноценного сегмента таджикских средств массовой информации, наряду с печатной прессой, радио и телевидением. Некоторые положительные результаты и сдвиги видны уже сейчас.

В настоящее время можно с уверенностью сказать, что Интернет в нашей стране стал не только средством общения, но и полем для серьезной деятельности, в частности для работы СМИ республики. В нашей стране всё большее число печатных периодических изданий используют Интернет для продвижения своей информации, конкуренции и популярности. Тот, кто займёт себе место в глобальной сети сейчас, существенно выиграет в

будущем. Пока в нашей республике традиционные средства массовой информации при всей своей наглядности и привычности уже не способны обеспечить надлежащий уровень оперативности, требуемый современным человеком. Поэтому всё больше и больше людей обращаются в Интернет, чтобы получить свежую информацию.

Пользователи глобальной сети узнают о событиях в своей стране и в других странах мира в основном по четырем направлениям сетевых информационных ресурсов, которые формируют текущие новости:

- из сайтов информационных агентств;
- из электронных версий периодической печати;
- из сайтов телевизионных и радиальных каналов, а также из телерадиоканалов, вещающих только через Интернет;
- из сайтов сугубо электронных газет и журналов, т.е. у которых нет печатной версии;
- из других новостных Интернет-ресурсов.

Эти направления сетевых информационных ресурсов наглядно показывают не только трансформацию традиционных СМИ, но также и взаимопроникновение самих электронных СМИ, т.е. присутствие радио и телевидения в форме сайтов и порталов в Интернете, а также «чисто» онлайн-радио и телевидения. В связи с этим Е. Л. Варганова приходит к такому выводу, что «сегодня интернет как коммуникационная площадка и как пространство, где существуют медиапродукты, вполне успешно является заменителем традиционных СМИ. Новое же, реально инновационное, что приносит интернет, - это усиленная коммуникационная функция – то, что отсутствовало в старых медиа. Поэтому можно сказать, что Интернет сегодня выполняет все функции, которые выполняли старые СМИ, успешней, чем они» [64].

Исходя из этого, по ее мнению, «не случайно многие информационные агентства используют Интернет в качестве нового технологического канала распространения своих материалов» [9, с. 9]. Только добавим, что используют Интернет все информационные агентства, и большие, и небольшие, так как без глобальной сети, которая позволяет осуществить прямой выход на аудиторию, невозможно представить их успешное функционирование на медиарынке сегодня. А потому учредители и журналисты какого-либо созданного или же вновь восстанавливаемого информационного агентства первым делом занимаются созданием своего интернет-сайта.

С учетом такой разнообразной информационной палитры информационным агентствам приходится конкурировать за массовую аудиторию не только с другими новостными агентствами, но и с иными сетевыми информационными ресурсами. Вместе с тем, на наш взгляд, новостная оперативность, насыщенность и наполненность агентств бесспорна по сравнению с другими сетевыми информационными ресурсами.

В рассматриваемый период на фоне трудностей с доступом к информации и слабой развитости корреспондентской сети в печатных изданиях информационные агентства Таджикистана играли особую роль в обеспечении СМИ оперативными и достоверными новостями. С 2003 года по сей день в сетевом пространстве свои информационные услуги предоставляют одиннадцать информационных агентств, большинство из которых являются частными организациями:

1. Национальное информационное агентство Таджикистана «Ховар». НИАТ «Ховар» является официальным информационным органом республики.
2. Информационное агентство «Avesta».

3. Информационное агентство «ASIA-Plus» («Азия-Плюс») - новости Таджикистана и зарубежные новости в режиме онлайн.

4. Информационное агентство «Диёр». Первое частное информационное агентство на узбекском языке.

5. Информационное агентство «ТаджикТА».

6. Информационное агентство «Озодагон».

7. Информационное агентство «Помир - медиа».

8. Информационное агентство «Хатлон - пресс».

9. Информационное агентство «Симо - Нюс».

10. Информационное агентство «Хабарнигории Рашт».

11. Информационное агентство «SUGDNEWS».

Единственное государственное агентство НИАТ «Ховар» («Восток») является центральным, официальным информационным органом Таджикистана.

Частные агентства представляют собой организации, состоящие из сравнительно небольших коллективов (20-30 сотрудников), однако работающие активно и оперативно. Многие из частных информационных агентств функционируют как за счет рекламы, так и при финансовой поддержке различных международных организаций, действующих на территории страны.

Из их числа нам хотелось бы выделить своей активностью и, соответственно, популярностью информационное агентство «ASIA-Plus», являющееся частью одноименной медиагруппы. Это первое частное информационное агентство, созданное на территории республики. Оно начало свою работу в апреле 1996 г. одновременно на русском и английском языках. Агентство, основателем которого стал журналист Умед Бабаханов, было создано при финансовой поддержке международных организаций.

Информационное агентство за короткий срок превратилось в крупную и влиятельную организацию. Во многом этому способствовал тот факт, что

«ASIA-Plus» удалось создать собственную корреспондентскую сеть во всех крупных городах страны, снабжающих его не только оперативной, но и независимой информацией. С 1998 по 2005 годы агентство выпускало информационный бюллетень под названием «АП-Блиц», в котором подписчикам ежедневно предоставлялись самые оперативные новости о происходивших событиях по всей стране. С 2005 года выпуск информационного бюллетеня был прекращен в связи с созданием сайта в Интернете и непосредственного онлайн выхода агентства к читателям.

В то время, как ни одно периодическое издание республики не может из-за экономических трудностей позволить себе содержание собственных корреспондентов в провинциях, сообщения агентств – один из доступных источников, информирующих о региональных событиях.

В середине 1990-х гг., вслед за другими республиками бывшего СССР, начались подключения центральноазиатских стран к мировой сети Интернет. За короткий период, благодаря имевшимся телекоммуникационным системам и новым компаниям-провайдерам, интернет-связь стала доступна для всех отдаленных точек региона. Формировались сегменты местных республик в глобальной сети, и стремительно росло количество пользователей. Интернет оказался благоприятной средой для появления и развития качественно нового субъекта информационного поля. Многие местные средства массовой информации обзавелись электронными версиями, а также возникли собственно сетевые СМИ.

В отличие от других республик Центральной Азии Таджикистан из-за последствий гражданской войны подключился к сети Интернет позднее, в декабре 1997 года. В 2004 году на рынке интернет-услуг Таджикистана функционировали 4 крупных компании-провайдера, которые предоставляли интернет-услуги в столице, во всех областных центрах и крупных городах страны. В настоящее время, то есть по состоянию на 2018 год, в стране

«действуют 11 Интернет провайдеров, крупнейшими из которых являются Вавилон-М, Билайн, Мегафон, T-CELL, Таджиктелеком, Истера и Сатурн-Онлайн. Вавилон-М, Билайн, Мегафон, T-CELL мобильными компаниями, представляющие Интернет по мобильной связи. Примерно 80% пользователей Интернета в Таджикистане заходят во всемирную паутину через смартфоны и предпочитают использовать в основном услуги социальных сайтов, почтовых, медийных (музыка, видео и кино), новостных, программных и т.п.» [71].

Как видим, среди прочих интернет-услуг большинство пользователей глобальной сети в Таджикистане просматривают через свои смартфоны также свежие новости, в том числе предоставляемых сайтами информационных агентств.

Национальный домен верхнего уровня Республики Таджикистан «tj», был зарегистрирован 11 декабря 1997 года.

Информационное агентство «ASIA-Plus» открыло свой сетевой проект при помощи компании «Вавилон-Т», одного из первых Интернет-провайдеров на таджикском рынке, который был создан в феврале 2000 года. На своей странице агентство размещает новости на русском, таджикском и английском языках, и сайт периодически обновляется. В разделах страницы размещены аналитические статьи, обзор таджикской прессы, ежемесячная хронология основных событий месяца и другие. «ASIA-Plus» остаётся самым популярным сайтом и одним из крупных по финансовым возможностям проектов в Таджикистане.

В связи с крайне небольшим количеством пользователей и отсутствием спроса для таджикского сектора глобальной сети в начале двухтысячных годов еще не было характерно обилие онлайн-информационных ресурсов. Только в середине 2002 года в свет вышло сетевое издание общественно-политической газеты «Тоджикистон», являвшейся тогда единственной регулярно обновляющейся газетой. Сайт

газеты тогда представлял собой страницу с довольно простым дизайном, в которой два раза в месяц размещались информационно-аналитические материалы. Онлайн-версия «Таджикистон» являлась одним из редких таджикоязычных интернет-изданий.

Впоследствии другие частные газеты, такие как «Фараж», «Миллат», «Нигох», «Оила», «Чархигардун», «Вечёрка», обзавелись своими электронными версиями, которые входят в часть электронных ресурсов периодической печати.

В первом десятилетии XXI века онлайн-СМИ в Таджикистане в большинстве своём были русскоязычными, что было связано с ещё не разработанной таджикской графикой в системе глобальной сети. Такое разночтение исследователи объясняют несколькими причинами. Среди них – несовпадение критериев и подходов к сетевой статистике, неразвитость этого сегмента СМИ, а также отсутствие понятия об общепринятых типологических критериях для новых средств массовой информации.

Приведем список наиболее популярных сайтов доменной зоны «.tj», имеющих общественно-политическую, социально-экономическую, информационно-аналитическую и развлекательную направленность деятельности (см. табл. 1).

Таблица 1.

Общественно-политические, социально-экономические, информационно-аналитические и развлекательные интернет-сайты Таджикистана

■ Общественно-политические интернет-сайты	
Официальный сайт Президента РТ	www.president.tj
Официальный сайт парламента РТ	www.parlament.tj
Официальный сайт агентства по статистике РТ	www.stat.tj
Официальный сайт Министерства	www.mfa.tj

иностраных дел РТ	
Национальный центр законодательства при Президенте РТ	www.mmk.tj
Министерство внутренних дел РТ	www.mvd.tj
Высший экономический суд РТ	www.soi.tj
Министерство образования и науки РТ	www.maoruf.tj
Коммунистическая партия Таджикистана	www.kpt.freenet.tj
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Социально-экономические интернет-сайты 	
Торгово-промышленная палата РТ	www.tpp.tj
Министерство экономики развития и торговли РТ	www.medt.tj
Сайт Национального банка РТ	www.nbt.tj
Министерство финансов РТ	www.minfin.tj
ОАО «Агроинвестбанк»	www.agroinvestbank.tj
Управление по Инвестициям и Государственного имущества (Хатлон)	www.khatloninvest.tj
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Информационно-аналитические интернет-сайты 	
Официальный сайт радио «Озоди»	www.ozodi.org
Независимое информационное агентство «ASIA-Plus»	www.news.tj
Независимое информационное агентство «Avesta»	www.avesta.tj
Государственное информационное агентство «Ховар»	www.khovar.tj
Сайт газет «Тоҷикистон», «Оила», «Рекламная газета»	www.pressa.tj
Новостной сайт «topnews»	www.topnews.tj
Новостной сайт «TojNews»	www.TojNews.org
Сайт ТВ «Сафина»	www.safina.tj
Новости телекоммуникаций, вещания и ИТ Таджикистана	www.inews.tj
Информационное агентство «Навид»	www.navid.tj
Сайт газеты «Вечёрка»	www.vecherka.tj
Электронная газета «tribun.tj»	www.tribun.tj
Современный городской портал	www.rt01.tj
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Развлекательные интернет-сайты 	
Таджикский информационный портал о Таджикистане	www.toptj.com
Таджикский информационный портал о	www.ariana.su

Таджикистане «Ариана	
Туристический информационные портал	www.tourism.tj
Таджикистана	
Спортивно-информационное агентство	www.varzish-sport.tj
«Варзиш-спорт»	
Таджикский клуб любителей фотографии	www.foto.tj
Первый таджикский сайт, созданный	www.tajikmama.tj
молодыми мамами Таджикистана	
Союз таджикистанцев России	www.str-org.com
Сайт о шоу-бизнесе и обществе	www.seb.tj
Развлекательный портал Таджикистана	www.mynet.tj
Таджикский видеопортал	www.topvideo.tj

В число рейтинговых информационных сайтов входят khover.tj, news.tj, ozodi.org, avesta.tj, tribun.tj, rt01.tj, pressa.tj.

Среди сайтов государственных органов и учреждений наиболее популярными считаются: president.tj, dushanbe.tj, parlament.tj, stat.tj, kpt.freenet.tj.

В категории социально-экономических сайтов самыми посещаемыми являются investcom.tj, muzoyada-kvd.tj, khatloninvest.tj, а среди развлекательных сайтов Таджнета можно выделить ariana.su, str-org.com, varzish-sport.tj.

Среди лидирующих видеохостингов находятся сайты namba.tj, tajtube.tj, topvideo.tj.

Типологические параметры периодической печати, радио и телевидения, в целом, могут быть применимы и к информационному агентству как самостоятельному типу СМИ. Характерны они также для таджикских информационных агентств, по праву занимающих свое отдельное место в системе СМИ страны.

Следует отметить, что «типология как метод анализа начинает активно использоваться в практических целях» [47, с. 7]. Также мы помним о том, что «в различных источниках можно встретить не совпадающие друг с другом

типологические системы» и «причем среди специалистов разгораются жаркие споры о факторах и признаках типологизации» [23, с. 87].

В данном случае мы не будем касаться этих споров, а будем опираться на теоретические разработки С. Г. Корконосенко, А. И. Аكوпова и Е. Л. Вартановой, так как наша задача состоит в описании типологических признаков информационных агентств Таджикистана.

Учредителями всех информационных Таджикистана, кроме НИАТ «Ховар», являются частные лица и организации. Учредителем НИАТ «Ховар» является Правительство Республики Таджикистан. С точки зрения социальных типов журналистики или форм собственности, только НИАТ «Ховар» относится к государственному, все остальные – к частному, что является одним из характерных черт формирования информационных агентств в медиасистеме Таджикистана.

С признаком учредителя тесно связан также экономический параметр типологии информационных агентств, в том числе характером инвестиций и рекламы. НИАТ «Ховар» является бюджетной организацией, в то время как все остальные информационные агентства финансируются международными организациями или частными лицами.

Так как информационные агентства распространяют свою продукцию через глобальную сеть, то регионом их распространения может быть все интернет-пространство, но с учетом «ареала циркуляции информации» [8, с. 22]. Кроме того, надо иметь в виду, что скорость Интернета в стране невысокая, только сайты ведущих информационных агентств активны и доступны ежедневно.

Важным типологическим параметром является аудитория, более того ее считают «главным типологическим признаком, выделяющим информационные агентства среди других СМИ» [8, с. 14]. Массовой аудиторией информационных агентств Таджикистана являются в основном жители страны, а также таджикистанцы, проживающие за рубежом, в

основном в Российской Федерации. Помимо того, в число аудитории входят жители соседних стран, интересующиеся новостями Таджикистана, туристы, приезжающие в республику, а также иностранные журналисты и политологи, которым интересны происходящие здесь события.

Все информационные агентства Таджикистана действуют легитимно, на основе таджикского законодательства, прежде всего Конституции и законов, регулирующих медиасферу, а также своего устава. Информационные агентства зарегистрированы в министерствах юстиции и культуры, органах, которые уполномочены для этого.

Среди действующих информационных агентств качественными и массовыми являются, прежде всего, рассматриваемые в нашей работе НИАТ «Ховар», «ASIA-Plus», «Avesta» и «Озодагон», которые формируют лицо этого вида СМИ не только в информационном пространстве Таджикистане, но также в региональном и даже мировом информационном пространстве.

Периодичность информационных агентств зависит от процесса обновляемости сайта. Если они периодически обновляются, то у них естественно больше объем посещаемости и распространенности в интернет-пространстве, в том числе через различные социальные сети. Следует отметить, что распространению через социальные сети способствуют сами информационные агентства. В нижней части каждого материала есть ссылки, посредством которых читатели/посетители сайта могут поделиться с понравившейся им информацией на различных социальных сетях как фейсбук, твиттер, в контакте и т.п.

Онлайновые СМИ в Таджикистане находятся на стадии активного развития, так как понадобились несколько дополнительных лет, чтобы они заняли устойчивые позиции в информационном поле республики. Отставание Таджикистана в сфере внедрения новых технологий, по сравнению с другими республиками бывшего СССР, как было отмечено, являлось последствием гражданской войны и кризисной экономической

ситуации в стране. Однако различные проекты в этой сфере, осуществляемые как при поддержке государства, так и международных организаций, способствовали динамичному развитию таджикского Интернета, с соответствующими типологическими признаками, в принципе характерными современным информационным агентствам.

Исходя из этого, становится ясно, что интернет-журналистика занимает особое место в развитии средств массовой информации, развивая и создавая фундамент для развития маркетинга и PR внутри себя, создавая те каналы, по которым можно СМИ взаимодействовать с интернет-аудиторией. Информационные агентства, непосредственно выходя через мировую паутину к массовому читателю, позволяют трезво оценивать глобальную и локальную ситуацию окружающей среды и судить об их работе посредством их собственных сайтов.

Информационные агентства одновременно с выходом в Интернет и началом работы с массовой аудиторией сложились в сложную многофункциональную систему, удовлетворяющую потребности различных групп общества, которые новости узнают уже не из традиционных СМИ, а из лент новостей агентств.

Таким образом, можно утверждать, что Интернет создал условия для формирования информационного агентства в качестве самостоятельной типологической группы СМИ. Проведенный в данном разделе анализ типологических черт таджикских информационных агентств является лишним тому подтверждением.

1.3. Жанрово-тематические особенности материалов информационных агентств Республики Таджикистан

Важным типологическим признаком функционирования информационных агентств, несомненно, являются жанры. Следует отметить,

что жанр – это важная типологическая составляющая любого вида СМИ, подчеркивающая творческий аспект журналистской деятельности. Хотя за последние десятилетия с развитием сетевой журналистики происходит взаимопроникновение различных жанров друг в друга, в то же время жанры, как и прежде, не утратили свою черту как устойчивой формы журналистских произведений.

Характерная особенность становления жанров информационных агентств состоит в том, что эти процессы проходили сначала через освоение, а затем преодоление газетных и телеграфных форм подачи материала.

Современные читатели прессы, радиослушатели и телезрители существенно отличаются от потребителей продукции информационных агентств, которые предпочитают изучать разные источники информации, иметь возможность сравнивать интерпретацию событий и получать свежие новости в режиме онлайн. Отличается и форма подачи читателю материала информационными агентствами – понятное и доступное изложение, краткая и концентрированная подача событий.

Перечень жанров всех информационных агентств схож, подавляющее большинство материалов представляют собой информационные заметки, краткие и расширенные. В рассматриваемых в нашей работе информационных агентствах новостной материал подается в удобной и адаптированной форме, с учетом потребностей потребителей, ограниченных во времени. Приведем ряд примеров.

1) ИА «Avesta»:

«Официальное открытие восстановленной железной дороги Хатлон-Амузанг состоится 9 марта.

7 марта 2018, 12:00 Avesta.Tj.

Железнодорожное сообщение между Таджикистаном и Узбекистаном по южной ветке Галаба-Амузанг, ведущей в Хатлонскую область возобновится 9 марта. Как сообщили «Avesta» в ГУП «Таджикская железная

дорога», официальное мероприятие по данному случаю состоится 9-го марта. По данным источника, таджикские и узбекские железнодорожники готовы к приему и отправке грузов, в том числе транзитных по данному маршруту. Из Таджикистана, точнее из Хатлонской области по данному маршруту отправится первый состав, загруженный строительными материалами и сельхозпродукцией. «Предварительный анализ показывает о возможности налаживания в будущем больших объемов грузоперевозок по данному маршруту. В первую очередь это касается импорта и экспорта сырьевой и готовой продукции», – отметил источник. «Через указанную железную дорогу будет вывозиться продукция, производимая предприятиями Хатлонской области Хатлонской области, в частности субъектами СЭЗ «Дангара» и «Пяндж», а также заводами в Яванском районе», – подчеркнул он.

По словам источника, также увеличению объемов железнодорожных грузоперевозок между двумя соседними странами послужит снижение железнодорожных тарифов на транзит грузов.

В «ТЖД» также отметили, что пассажирский поезд по маршруту «Куляб-Москва через железнодорожный пункт пропуска «Хошади» (Амузанг) проследует чуть позже. «Дело в том, что продажа билетов на пассажирский поезд начинается за 45 дней до даты отправки», – отметили в ведомстве.

Напомним, в ноябре 2011 года Узбекистан приостановил движение всех поездов через железнодорожный перегон Галаба-Амузанг, который является участком дороги, ведущим в Хатлонскую область Таджикистана.

Весной 2012 года узбекская сторона приступила к демонтажу железнодорожных путей по направлению к Хатлонской области Таджикистана [149]».

2) ИА «Ховар»:

«Выставка промышленных товаров Республики Таджикистан пройдет в Ташкенте.

Июль 28, 2017 12:06.

Дружественные государства – Таджикистан и Узбекистан укрепляют торгово-экономическое сотрудничество. Проведение в сентябре в Ташкенте выставки промышленных товаров Республики Таджикистан является ярким примером расширения торгово-экономических связей между двумя братскими странами.

Как сообщил в ходе пресс-конференции в Душанбе Министр промышленности и новых технологий Республики Таджикистан Шавкат Бобозода, на выставке представят свою продукцию производители различных отраслей промышленности – машиностроительной, легкой, пищевой, текстильной, горнорудной, металлургической.

Ожидается, что в рамках проведения выставки состоится бизнес-форум с участием деловых кругов двух стран» [120].

3) ИА «ASIA-Plus»:

«Таджикистан начал экспорт электроэнергии в Узбекистан.

08:21, 3 апреля. Автор: Аваз Юлдашев

После 9 лет перерыва энергетические системы Таджикистана и Узбекистана вновь заработали на благо друг друга.

Таджикистан 2 апреля начал поставку электроэнергии в Узбекистан. Накануне ближе к вечеру в строй была введена линия электропередачи из подстанции Регар (Таджикистан) к подстанции Гулча (Узбекистан).

Общий объем экспорта таджикской электроэнергии в соседнюю страну составит не менее 1,5 миллиарда киловатт/часов в год, сообщил «АП» источник в правительстве Таджикистана.

Ранее Душанбе и Ташкент договорились по ценам поставки таджикской электроэнергии в Узбекистан.

В летний период Узбекистан будет закупать таджикскую электроэнергию по два американских цента за один киловатт, зимой - по 2,5 цента за киловатт.

Напомним, о том, что Таджикистан может начать поставку электроэнергии в Узбекистан заявил 20 декабря прошлого года на заседании парламента республики министр энергетики и водных ресурсов Таджикистана Усмонали Усмонзода.

Он тогда отметил, что после вывода Таджикистана из Объединенной системы электроэнергии Центральной Азии в ноябре 2009 года энергосистемы и Таджикистана и Узбекистана перетерпели существенные изменения.

«После вывода нашей страны из ОСЭ Таджикистан наладил поставку электроэнергии собственного производства на север страны, который ранее пользовался узбекской и кыргызской электроэнергией. Юг Узбекистана, который ранее потреблял таджикскую электроэнергию, Узбекистан начал обеспечивать сам», - отметил тогда министр.

Он тогда заявил, что сегодня и Таджикистан и Узбекистан решительно настроены на восстановление ОСЭ региона.

«Для этого необходимо Узбекистану восстановить 60 км ЛЭП, соединяющей юг страны с Таджикистаном, необходимо реализовать проект релейной защиты и автоматики», - сказал Усмонзода. Министр тогда заявил, что в 2017 году таджикские энергетики, как и в 2016 году, произвели свыше 18 миллиардов киловатт часов электроэнергии, что позволило обеспечить страну электроэнергией без введения лимита» [187].

4) ИА «Озодагон»:

«Главный тренер национальной сборной Таджикистана подал в отставку после проигрыша Филиппинам.

После проигрыша в заключительном туре отборочного раунда Кубка Азии-2019 от сборной Филиппин (1:2) и невыхода команды в финальную часть турнира главный тренер сборной Таджикистана Хаким Фузайлов попросил извинения у болельщиков и подал в отставку.

Об этом сообщили в Федерации футбола Таджикистана.

«В первую очередь, я хотел бы попросить извинения у всех болельщиков сборной Таджикистана, которые поддерживали команду на протяжении всего отборочного цикла. К сожалению, результат неудовлетворительный. Мы не смогли пробиться в финальную часть турнира», - сказал после матча с Филиппинами Хаким Фузайлов.

Он попросил не фокусировать внимание на игроках, а акцентировать все на ошибках главного тренера.

«Я беру всю ответственность за отсутствие результата на себя и подаю в отставку. При этом я благодарен руководству Федерации футбола Таджикистана за созданные условия для работы и для подготовки к отборочным матчам Кубка Азии-2019. За то время, что я руля сборной, были выполнены все условия – зарубежные сборы, товарищеские матчи. Все было на высшем уровне. Спасибо за сотрудничество ФФТ и хочу еще раз попросить прощения у всех болельщиков за то, что не смог оправдать их ожидания. К большому сожалению, я не справился с поставленной задачей. Прошу от общественности не так сильно фокусировать внимание на игроках, а акцентировать все на ошибках главного тренера», - сказал он.

Фузайлов считает, что сборной Таджикистана не хватило лишь одной победы.

«Считаю, что сборная Таджикистана заслуживала выхода в финальную часть Кубка Азии, но, увы, не получилось, не хватило одной победы. Хочу пожелать успехов сборной страны в следующем цикле. Желая успехов и руководству Федерации футбола Таджикистана, которое делает очень многое для развития футбола в стране», – сказал Хаким Фузайлов» [125].

Внутренняя структура формирования опубликованных в представленных информационных агентствах материалов очень похожа. Далее на примере базового информационного продукта рассмотрим детально данную структуру.

Именно новости считаются основным продуктом не только информационных агентств, которых также называют «новостными агентствами», но и «центральным продуктом медиаиндустрии» [95]. Для аудитории читателей новость, о которой они не знали ранее, имеет первостепенное значение.

К первой ступени структуры относятся ключевые слова или слаглайн. Они могут состоять из комбинации слов, которые наиболее точно и кратко характеризуют событие.

Ко второй ступени структуры новости относится заголовок или хедлайн (headline). Он может состоять из нескольких слов в виде простого предложения, излагающего коротко суть публикуемого события. Цель заголовка – привлечь внимание целевого читателя. В рассматриваемых информационных агентствах заголовки соответствуют указанным требованиям.

Заголовок (хедлайн) является в композиции сообщения самым важным элементом. Как правило, в средствах массовой информации Таджикистана употребляется термин «заголовок», а не общепринятый в международной журналистике термин «хедлайн», который является производным от английского слова *headline* - «заглавная строка». Целесообразнее при составлении новостной композиции употреблять специальный термин «хедлайн», который содержит кратко информацию об основном событии, которому посвящена публикация.

Лид (lead) – вводная часть любого сообщения и третья ступень структуры новости, состоит из нескольких строк, является главной информационной составляющей, поскольку содержит сведения о том, когда и где произошло событие, а также благодаря кому оно стало известным. Рассматриваемые в нашей работе информационные агентства придерживаются правила публикации новости с лидом и указывают данные

о времени и месте произошедшего события, об источнике получения информации.

Тело (корпус) – изложение новостного материала более подробно с использованием дополнительных материалов, характеризующих значимость события (например, комментариев специалистов и цитат из нормативных документов). Исследованием опубликованных новостных материалов информационного агентства «ASIA-Plus» установлено, что такие публикации довольно часто дополняются в заключительной части бэкграундом – исторической справкой, данными статистики. Такой прием в формировании текста позволяет читателю оценить важность и ценность новости.

В редакциях любого средства массовой информации, включая редакции информационных агентств, при необходимости текст новостного сообщения сокращают по принципу «ножницы», но с обязательным сохранением сути произошедшего события и доступности изложения материала для любой категории читателей.

Частные информационные агентства, в основном, придерживаются правил формирования внутренней структуры новостных материалов (ключевые слова, заголовок, лид, тело, бэкграунд) и их подачи. Следует отметить, что не ко всем информационным жанрам можно применить указанную структуру публикации. Например, в интервью, комментировании события и аналитическом отчете невозможно в полной мере выполнить все правила.

Для читателя публикаций информационных агентств первостепенное значение имеет получение объективной информации о событии, поэтому другие жанры отодвигаются на второе место по значимости.

Однако в любом информационном жанре главное значение отводится высокому уровню оперативной подготовки материала к публикации и его новизне, актуальности и злободневности. Материалы, публикуемые в

рассматриваемых информационных агентствах, в целом, соответствуют перечисленным требованиям.

Не менее важной стороной в информационных материалах является их документальность. Публикации информационных агентств основаны на реальных событиях и фактах, достоверном их анализе и трактовке. Все события подтверждаются документальными и статистическими данными, свидетельствами очевидцев. Такой же концепции придерживаются и другие частные информационные агентства страны.

Документальность, основанная на конкретных фактах и реальных событиях, точных цифровых и статистических данных, свидетельствах очевидцев, их профессиональном анализе и трактовке, является неотъемлемой характеристикой публикаций информационных агентств. Как правило, на документальности строятся такие информационные жанры, как репортажи, заметки, аналитические отчеты и интервью. В информационных публикациях отсутствует авторская оценка материалов, они должны основываться только на конкретных фактах.

Тем не менее, такой подход к новостным материалам не должен ограничиваться рамками строгих правил, поскольку читателю также будет интересно ознакомиться с оценкой освещаемого явления, с аналитическим и тематическим исследованием события. Современные технологии позволяют практически мгновенно опубликовать новость и подготовить сравнительный анализ возникшего события с аналогичными событиями, имевшими место ранее. Возросла потребность в аналитических материалах, их информационные агентства стали размещать в тематических разделах своих новостных сайтов. Исследуемые агентства с использованием приема тематических обобщений публикуют статьи, беседы, обзоры, комментарии специалистов, рецензии и т.д.

Учитывая вышеизложенное, рассмотрим в данном параграфе представленной работы схемы оценки качества и основы построения

материалов, методы подбора новостных материалов, особенности жанров и разнообразие тематик в публикациях независимых информационных агентств Таджикистана.

Основная цель средств массовой информации – это направленное воздействие на мнение потребителей информационного поля, управление этим мнением, выявление его социальных, бытовых, экономических и иных интересов, определение степени заинтересованности в различных публикациях. При выборе средства массовой информации современные потребители новостей обращают внимание не только на внутренние факторы материала (его содержание и качество подачи), но и на внешние факторы: как визуально выглядит форматирование текста и удобно ли его читать, какие варианты оформления использованы. Успешность любого СМИ зависит от правильного выбора тематики и жанра публикации, от грамотного применения внешних факторов.

Современные читатели совсем не похожи на тех пассивных потребителей периодических изданий СМИ, созданных на бумажных носителях, которые существовали еще до изобретения сети Интернет. Они желают быть в гуще событий и в реальном времени наблюдать за новостными происшествиями. Такие требования к информации диктует приоритетность концепции глобальных новостей, развитие технологий и современный образ жизни человечества в целом. Для привлечения целевой аудитории читателей и побуждения их к выбору своего информационного агентства как источника информирования сотрудникам (редакторам, журналистам и т.д.) необходимо постоянно работать над созданием новых стратегий передачи и подачи новостей. Исследования большинства аналитиков показывают, что целевая аудитория читателей больше интересуется внутренними новостями своей страны, а зарубежные новости и международные отодвигаются ими на второстепенное место. То есть, на первом месте всегда оказываются местные и отечественные СМИ,

публикующие те информационные материалы, которые интересны читателю на социальном уровне.

Поэтому задача заключается в удовлетворении требований и интересов конечного потребителя информации с одновременным воздействием в целом на мнение общественности.

В результате проведенных исследований О. Лащук установлено, что публикуемые сообщения по тематике разнообразны, быстро меняются в ленте новостей, поэтому на практике их невозможно систематизировать [25, 33]. Но в данном случае наблюдается первичная тематическая систематизация новостных сообщений.

На веб-сайте информационного агентства «ASIA-Plus» (news.tj) представлены следующие тематические обобщения: «Мир», «Политика», «Общество», «Экономика», «Регионы», «Безопасность», «Ислам», «Таджикистан», «Центральная Азия». Главным является раздел «Новости», где оперативно размещаются публикации об основных событиях на территории Таджикистана и Центральной Азии. В отдельном тематическом обобщенном разделе размещаются справочные материалы и аналитические данные, связанные с историческими и важными событиями. Сейчас они сгруппированы в подрубрике «Персона».

В архиве этого раздела можно найти материалы о влиятельных и знаменитых людях (ученых, политиках, деятелях культуры и т.д.) Таджикистана и Центральной Азии. Дополнительно создаются временные и сезонные разделы с тематическими обобщениями о текущих и важных проблемах. Например, о ситуации на Рогунской ГЭС, о введении лимита на электроэнергию в осенне-зимний период и т.д. Публикации на сайте информационного агентства «ASIA-Plus» осуществляются на трех языках: на русском, таджикском и английском. В отдельном разделе сайта «О нас» агентством размещена информация об истории создания медиа-группы «ASIA-Plus» и справочные сведения о ее сотрудниках. Посетители ресурса

могут ознакомиться с предоставляемыми услугами и заказать размещение объявлений и рекламы, воспользоваться архивными публикациями, заказать фото и видео материалы. Некоторые размещенные на сайте информационные сообщения, в основном из раздела «Новости», с незначительными изменениями печатаются в одноименной электронной газете «ASIA-Plus».

При сравнении материалов, публикуемых на сайте и в газете медиа-группы «ASIA-Plus», и материалов аналогичной тематики, размещаемых в других средствах массовой информации страны, можно отметить, что подача информации специалистами агентства осуществляется более корректно, доступно и профессионально.

В настоящее время средствами массовой информации используются различные коммуникационные технологии, но требования к публикуемым ими информационным материалам остаются неизменными – они должны быть оперативно поданы, актуальными и важными по значимости. Следует учитывать, что для читателя важно быстро и без затруднений найти в огромном потоке информации ту, которая ему наиболее интересна. Отличие читателя веб-сайта от обычных читателей, зрителей и слушателей заключается в том, что он желает не только ознакомиться с новыми информационными материалами, но и дополнительно прочитать аналитические и справочные данные по тематике, комментарии к новости с мнениями других посетителей веб-страницы, а также посетить форум или блог с обсуждениями данной публикации, развлечься и пообщаться с единомышленниками.

С момента создания сети Интернет появилась возможность буквально мгновенно на веб-страницах сайтов информационных агентств размещать новости и сообщения о произошедших событиях, которые конечный потребитель сразу может прочитать. На веб-сайтах «Avesta» и «ASIA-Plus» новости постоянно обновляются и публикуются намного раньше, чем

озвучиваются на радио и телевидении, а тем более печатаются в периодических изданиях. В ленте «Новости» читатель может оперативно ознакомиться как с новыми событиями, так и отследить информацию, поступившую в течение дня или за несколько дней в динамике. Удобно отслеживать материал по хронологическому его появлению, сравнивать ранее появившиеся новости с последующими их уточнениями, особенно при публикации экстренных сообщений.

Приведем наглядный пример. На сайте информационного агентства «ASIA-Plus» 4 сентября 2015 года было опубликовано о вооруженных столкновениях в городах Вахдат и Душанбе восемь новостных сообщений, в том числе по времени их появления:

1. В 08:31 часов появилось срочное сообщение от МВД Таджикистана;
2. В 09:17 часов была опубликована информация об убийстве в столице Таджикистана городе Душанбе двух бойцов ОМОН МВД и инспектора ГАИ;
3. В 10:04 часов было сообщено, что российский полицейский, который подбрасывал наркотики невиновным людям, был осужден на 20 лет колонии строгого режима;
4. В 11:48 часов появилась информация о том, что бывшие члены таджикской оппозиции причастны к вооруженным нападениям на силовиков в городах Вахдат и Душанбе;
5. В 12:03 часов ИА сообщило, что предприняты максимальные меры безопасности в городах Вахдат и Душанбе;
6. В 17:21 часов было опубликовано, что в причастности к организации перестрелки с силовиками подозревают заместителя министра обороны Таджикистана;

7. В 17:38 часов было проинформировано, что из-за вооруженных столкновений в столице Таджикистана – городе Душанбе закрыто посольство США;
8. В 19:08 часов появилась новость о том, что группой террористов лично руководил Абдухалим Назарзода» [183].

При сравнении всех поступивших и опубликованных сообщений можно отметить, что текст новостей не только передает информацию о произошедших событиях, но также содержит анализ ситуации постановкой вопросов «Почему это произошло?» и «Каким образом это стало возможным?» с целью повышения привлекательности материалов для читателей.

При работе со срочными новостными сообщениями в рассматриваемых информационных агентствах на практике применяется важная методика – решение об их публикации редакторами принимается максимально быстро и не всегда подобные новости из-за их оперативности сопровождаются служебными атрибутами.

Так, произошедший в 2014 году вооруженный конфликт на кыргызско-таджикской границе на веб-сайте «Avesta» в течение дня неоднократно под разными заголовками:

1. «В 13:30 часов появилось сообщение «На границе Кыргызстана и Таджикистана произошла перестрелка между военнослужащими»;
2. В 20:19 часов была опубликована новость с уточнениями относительно произошедшего события: «Первыми огонь на границе открыли военнослужащие Таджикистана с применением минометов – киргизская сторона»;
3. В 22:39 часов ИА сообщило о том, что «Пограничники Таджикистана во всём обвиняют в вооруженном конфликте военнослужащих» [142].

Главный принцип цикла новостей – самые важные события происходят в том месте, где они переполнены драматизмом. Например, данный принцип был напрямую применен при освещении журналистами ведущих и региональных средств массовой информации андижанского вооруженного конфликта. Именно нагнетание драматичности новостей привлекает современного читателя, манипулирует им. При освещении важных событий, различных конфликтных и острых проблем вышеуказанные методы также используются и практикуются информационными агентствами «Avesta» и «ASIA-Plus». Деятельность этих новостных ресурсов показала оправданность и эффективность применяемых методик.

Следует отметить тот факт, что в исследуемых информационных агентствах схема структуры информационных материалов абсолютно идентичная. Их эффективность позволяет читателям воспринимать и понимать новостные сообщения, соглашаясь с мнением их автора. Проведенным анализом установлено, что в большинстве случаев сообщения авторами написаны корректно и при этом дан ответ в правильной последовательности на все шесть основных «классических вопросов».

Информационными агентствами «Avesta», «Озодагон» и «ASIA-Plus» часто публикуются новостные материалы, посвященные одному и тому же факту или событию с последующими дополнениями информации и уточнениями.

Приведем пример. В 11:33 часов 25 ноября 2017 года на сайте «ASIA-Plus» была опубликована новость следующего содержания: «В Кыргызстане новый президент. 24 ноября состоялась торжественная церемония вступления Сооронбая Жээнбекова в должность президента страны. Наш партнер «Открытая Азия онлайн» подготовила материал о самых ярких моментах церемонии. Также мы предлагаем сравнить инаугурацию

Жээнбекова с инаугурацией Атамбаева и выяснить, какие гарантии обеспечивает закон теперь уже экс-президенту» [131].

В тот же день, но в 14:55 часов, после поступления новой информации, на сайте «ASIA-Plus» было размещено другое сообщение с внесением уточнений и дополнений следующего содержания:

«Вчера, 24 ноября, в Кыргызстане состоялась торжественная церемония вступления Сооронбая Жээнбекова в должность президента Кыргызской Республики. Важной частью церемонии инаугурации стало вручение ему нагрудного знака президента, который является настоящим произведением искусства.

Наш партнер «Открытая Азия онлайн» решила присмотреться к символам президентской власти и в других странах Центральной Азии, а заодно понять, какую смысловую нагрузку они несут.

Отметим, что использование нагрудных знаков – это практика, распространенная во многих странах мира. Такие символы власти есть, например, в России, Франции, у президента Украины. В США коллар (мужское кольцо, так еще называют эти нагрудные знаки) есть у главы каждого крупного университета, но президент страны не имеет такой регалии.

Иногда коллар изготавливают для каждого президента, иногда он создается в единственном экземпляре и передается вместе с должностью» [128].

Следует отметить, что при составлении приведенных выше сообщений их структура и последовательность изложения событий в основном соблюдены.

Основной принцип композиции любого новостного материала, публикуемого исследуемыми информационными ресурсами, - это соблюдение требования комфортной работы с ним. Поэтому подача

новостей делается с соблюдением общепринятой формы построения текста – «заголовок-подробности события-комментарий».

Ключевые слова относятся к одному из основополагающих элементов текстовой композиции. Включение определенных ключевых слов в материал повышают эффективность его выборки поисковыми системами в информационном потоке новостей по запросам потребителей. В информационном агентстве «ASIA-Plus» метод использования ключевых слов почти не практикуется, но его иногда использует к примеру информационное агентство «Avesta» при публикации наиболее важных, с их точки зрения, событий мирового уровня. Например, во многих сообщениях от 19.07.2017 года часто встречались ключевые слова в последовательности «США-Таджикистан-Рогун», а в новостях от 11.11.2017 года - «политика-границы-Афганистан-Таджикистан-талибан».

Приведенный пример показывает, что авторы новостных колонок акцентировали свое внимание и внимание своих читателей на выборе главного новостного факта применением ключевых слов в заголовках публикаций.

Информационные агентства «Avesta» и «Озодагон» при написании хедлайна используют не менее 5 слов и не более 10 слов, но в исключительных случаях допускается от 15 слов и более. К созданию хедлайна в данных изданиях отмечается творческий подход – важно суметь изложить кратко в нескольких словах суть новости и одновременно привлечь к ней внимание.

Для иллюстрации рассмотрим несколько примеров хедлайнов новостных сообщений, опубликованных на сайтах информационных агентств «Avesta» и «Озодагон»: «Парламент ратифицировал соглашение по управлению водными ресурсами реки Пяндж» [151]; «МВД Таджикистана назвало имя водителя, совершившего наезд на пешеходов» [138]; «Новые послы 7 стран вручили Верительные грамоты президенту Таджикистана»

[147]; «Таджикские артисты выехали в Ташкент для подготовки совместного концерта «Вечер дружбы» [181]; «В Душанбе обсудили вопросы карантина растений в СНГ» [106]; «Сборная Таджикистана прибыла в Манилу в полном составе» [169]; «Сборная Таджикистана перед матчем с Бангладеш проведет сборы. 17 мая 2016» [168]; «Глава АН Таджикистана: 14 июля 2016 года Дангара как город имеет 4-тысячелетнюю историю» [124]; «В Таджикистане, в Хороге задержан налоговый инспектор по обвинению в присвоении полмиллиона сомони 15 Июня 2017» [116]; «Спикер парламента Таджикистана: Вкладчики могут через суд забрать собственность банков и банкиров. 18 октября 2017» [173]; «Кыргызстан увеличит объемы поставок Интернет-трафика в Таджикистан. 14 декабря 2017» [134]; «Узбекистан снизит цену электроэнергии для Афганистана на 35%. 15 февраля 2018» [189]; «Президент Эмомали Рахмон отправился в Нью-Йорк на водный саммит. 20 марта 2018» [164]; «Уроженцы Таджикистана на фронтах ВОВ: Вечная память Героям! 8 мая 2018» [190].

Подобный подход в формировании хедлайнов использует значительная часть информационных ресурсов. При изучении заголовков большинства новостных материалов, опубликованных на страницах веб-сайтов информационных агентств «Avesta», «Озодагон», «ASIA-Plus», установлено, что построение ими хедлайнов основано на принципе изложения главной сути сообщения в кратком формате с акцентированием на объект или субъект события, на главное действующее лицо события. Такая ситуация наблюдается в 37,6% новостных материалов «Avesta» и в 43,1% у «ASIA-Plus».

Действующим лицом в материалах информационных агентств может выступать не только конкретный человек или должностное лицо, но также государство, общественное объединение, хозяйствующий субъект и неодушевленные предметы.

При изучении новостных материалов, публикуемых на веб-сайтах «Avesta», «ASIA-Plus» и других отечественных агентств, установлено, что в большинстве случаев хедлайн и лид не только содержат главную информацию конкретной публикации, но также являются отдельными носителями этой информации. Заголовки по своей форме обладают двойственными характеристиками – это самостоятельная часть сообщения и элемент его структуры. Подобная компоновка публикации используется для удобства читателей и для получения ими информации в оперативном режиме.

Как правило, ко всем публикациям, размещаемым на сайтах, хедлайны создают опытные редакторы информационных отделов. Подобная практика характерна для большинства крупных информационных агентств различных стран – в Associated Press-AP и United Press International-UPI (США), в Agency France-Press-AFP (Франция), в Reuters (Великобритания), в ИТАР-ТАСС (Россия) и т.д. Даже в небольших национальных и региональных издательствах предпочитают поручать работу по окончательному оформлению публикаций и созданию хедлайнов профессиональным и опытным специалистам.

Замечено, что на 50% успешность и привлекательность новостных материалов, размещаемых информационными агентствами, зависит от грамотного и удачно сформированного хедлайна. Для создания хедлайна можно применять различные дополнительные методы, привлекающие внимание: данные статистики в цифровых показателях, цитирование из литературных и научных произведений, метафоры и пословицы, эпиграфы в виде отрывка из стихотворения и т.д. Стил ь изложения новостного сообщения характеризуется применением различных элементов в структуре текста.

Журналистами информационных агентств в заголовках часто используются цифровые обозначения. В качестве примера приведем названия ряда таких новостных хедлайнов:

НИАТ «Ховар»: «Сегодня открывается 73-й Международный венецианский кинофестиваль» [170]; «В Пекине состоялась научная конференция на тему «25 лет Государственной независимости Республики Таджикистан: путь к миру и созиданию» [114]; «Таджикский павильон на выставке «ЭКСПО-2017» в Астане посетили более 40 тысяч человек» [182]; «Сегодня 30 июня, пятница, 181-й день года. До конца года осталось 184 дня» [172]; «В ходе операции «Синай-2018» в Египте ликвидировано 82 террориста» [119]; «Сегодня в Таджикистане температура воздуха повысится до 35 градусов тепла» [171];

ИА «Avesta»: «В январе-октябре 2016 года из России выдворено свыше 50 тысяч иностранных граждан 7 декабря 2016» [121]; «Таджикистан увеличил экспорт автотранспорта более чем в 8 раз. 29 июня 2016» [179]; «Гражданин Таджикистана приговорен к 19 годам лишения свободы за убийство таксистов 2 марта 2016» [126]; «В 2016 году Сомони по отношению к Доллару обесценился на 10,8%. 23 января 2017» [122]; «Рост инфляции в Таджикистане составил 6,3% 14 декабря 2017» [167]; «Мигранты пополнили бюджет Москвы на 7,7 млрд. рублей 27 июня 2018» [139]; «В Таджикистане за четыре месяца пропали 129 несовершеннолетних. 25 мая 2018» [117].

ИА «ASIA-Plus»: «За 20 дней план армейского призыва по стране выполнен на 62% 10:33, 21 апреля, 2016» [130]; «Таджикистанцы в мае будут отдыхать 11 дней 12:57, 25 апреля, 2016» [180]; «92% проголосовавших граждан Таджикистана проголосовало «ЗА» изменение Конституции страны 10:25, 23 мая, 2016; [195]; «По количеству медалей на Азиаде Таджикистан на 7-м месте. 22 сентября 2017 г.» [155]; «19 самых известных братьев Бобои Барфи в разных странах мира. 5 декабря 2017» [194]; «Петербург примет 50 тыс. мигрантов по оргнабору из Узбекистана и Таджикистана 25 мая 2018» [153]; «Ветераны ВОВ к

празднику получают по 1500 сомони. 2 мая 2018» [109]; «Асадулло Гуломову сегодня исполнилось бы 64 года. 28 февраля 2018» [101].

ИА «Озодагон»: «Для победителей душанбинского полумарафона выделили около \$ 34 тыс. 12 апреля 2016 г.» [127]; «В Таджикистане на площади около 6 га построят новое здание парламента. 18 января 2017 г.» [118]; «Мэр Душанбе Рустам Эмомали открыл крупнейший аквапарк в Таджикистане ценой в \$7 млн. 20 июня 2017 г.» [140]; «В Кандагаре погибли по меньшей мере 25 афганских военнослужащих. 19 октября 2017 г.» [110]. «Президенты Кыргызстана и Турции собираются увеличить товарооборот до 1 \$млрд. 10 апреля 2018» [159]; «Президент Туркменистана совершил 30-километровую велопрогулку. 21 мая 2018 г.» [162]; «Туркменистан на 50% увеличил таможенные пошлины для иранских грузовиков. 5 июня 2018 г.» [184].

Как правило, авторы передают на публикацию материалы с уже составленными для них хедлайнами, а в редакции принимают решение оставить данный заголовок или изменить. Такая практика наблюдается практически во всех средствах массовой информации. Очень часто на веб-сайтах СМИ хедлайны новостей дополнительно исполняет роль оглавления в списке новостных сообщений.

При прочтении только заголовков в списке новостей можно быстро и без затруднений найти те сообщения, которые нужны и содержат основную информацию. Как правило, пользователи выбирают те материалы, которые им наиболее интересны и они заинтересованы в быстром их нахождении в перечне публикаций, поэтому ограничиваются первоначально прочтением заголовков и лишь после этого открывают нужное им сообщение. Поэтому, если хедлайн составлен неграмотно или не отражает кратко содержание новости, читатель не только теряет интерес к данному сообщению, но и к остальной информации, размещенной на веб-ресурсе информационного агентства. При изучении структуры материалов, опубликованных на веб-

сайтах информационных агентств «Avesta» и «ASIA-Plus», а также на других ресурсах, отмечается применение принципа «перевернутой пирамиды»:



Принцип «перевернутой пирамиды» заключается в особом распределении информации внутри новостных сообщений – от важных сведений к несущественным в порядке убывания значимости. Так, в хедлайне фиксируется основная суть новости, которая и послужила толчком к ее публикации, в лиде закрепляются важные сведения о событии, а в остальной текстовой части приводятся менее значительные и сопутствующие данные.

Далее рассмотрим, в какой степени соблюдается частными информационными агентствами страны принцип «перевернутой пирамиды» в опубликованных материалах на веб-сайтах. Установлено, что в оперативных новостях небольшого текстового объема лиды состоят из 30-50 слов, занимают один абзац и соответствуют общепринятым требованиям. К объему новости не предъявляются жесткие требования – в коротких сообщениях этот элемент структуры публикации отсутствует или его размер составляет от одного абзаца в 2-3 предложения слов до нескольких абзацев и сотен слов.

В настоящее время в круг клиентов информационных агентств входят как редакции СМИ и журналисты, так и люди, никак не связанные со средствами массовой информации, с выпуском периодических изданий

(газет, журналов). Факт обращения к информационным агентствам простых пользователей говорит о востребованности новостных материалов и желании оперативно получать новую информацию на интересную им тематику. Но не так просто в новостной ленте, содержащей десятки и сотни публикаций, найти интересную и нужную. Именно поэтому на веб-сайтах хедлайны сообщений выполняют функцию оглавлений и формируются списком для удобства поиска читателями.

Ряд авторов, включая О. Лацук и А. Тертычного, рассматривают структуру новостных сообщений более детально, но при этом не отказываются от принципа «перевернутой пирамиды». Они утверждают, что внутри данной структуры информационный поток может принимать различные формы, например:

- форму лид-резюме, где фиксируются новые и важные факты события;
- форму нескольких обобщенных абзацев, где дано подробное изложение события;
- форму абзаца-предыстории, где приводятся связующие факты из ранее произошедшего события или демонстрируется их значение для общества [25, 55].

Необходимо отметить, что большинство материалов, размещаемых на веб-сайтах «Avesta», «ASIA-Plus» и «Озодагон», сформированы из двух структурных элементов: фактов и комментариев. Другими словами, в новости отражается основной факт события, который дополнен комментариями с указанием источника получения информации, с пояснениями причин возникновения события, с отслеживанием дополнительных аспектов и причинно-следственных связей с другими событиями, имеющими косвенное либо прямое отношение к основному факту.

Учитывая особенности применения основного факта события в новости, по структуре сообщения подразделяются на два типа. В большинстве случаев используется последовательная фиксация ответов на традиционные вопросы, связанные с конкретным основным фактом. На основании изложенного выше, можно сделать следующие выводы:

- композиционная схема построения информационных материалов в изучаемых информационных агентствах «Avesta» и «ASIA-Plus» не имеет различий и построена на основе принципа «перевернутой пирамиды»;

- в информационном агентстве «Avesta» материалы в ряде случаев дополнены ключевыми словами, что ускоряет и облегчает их нахождение в информационном потоке поисковых систем. В информационном агентстве «ASIA-Plus», напротив, такая работа не проводится. Но при формировании хедлайна в «ASIA-Plus» широко применяются дополнительные элементы: цифровые и статистические данные; высказывания знаменитых людей, цитирование метафор и пословиц, эпиграфы с отрывками известных стихотворений и т.п. Эти элементы отражают индивидуальный стиль публикаций, привлекают внимание читателей и ускоряют обработку запроса поисковыми системами;

- в сети Интернет сообщения на страницах веб-сайтов идут непрерывным потоком, публикуются оперативно и быстро, практически мгновенно становятся доступны потребителю для прочтения. По мере получения дополнительной информации материалы обновляются до нескольких раз в день, что удобно при освещении важных событий, возникающих острых проблем и конфликтных ситуаций, как регионального, так и государственного, международного уровня.

В соответствии с общепринятой или традиционной классификацией различают три жанра публикаций в СМИ: информационные; аналитические; художественно-публицистические. Существуют также другие классификации жанров, которые, на наш взгляд, не меняют их сути, а только более конкретизируют их деление, что упрощает их методологическое применение в исследованиях [2, с. 18].

Рассмотрим подробно информационный и аналитический жанры материалов и их характерные признаки.

При определении вида жанра публикации обращают внимание на следующие признаки: назначение жанра; методы, используемые для описания особенностей основных фактов и сопровождающих их действий; специфика и содержание сообщения.

Традиционно к информационному жанру относят такие виды публикаций, как интервью, репортаж, заметка, отчет и корреспонденция. Отечественными учеными подробно рассмотрены особенности перечисленных видов публикаций. Так, В. Ворошилов предлагает дополнительно отнести к информационному жанру беседу и реплику [111, с. 173-176], а А. Тертычный – некролог, блиц-опрос и вопрос-ответ. Кроме того, по мнению А. Тертычного беседу следует относить к аналитическому жанру [46, с. 115]. Этой же точки зрения придерживается В. Смирнов [43, с. 146].

Таджикские исследователи А. Нуралиев, Н. Брукер, А. Афсахзод, З. Муминджанов к информационному жанру относят интервью, репортаж, заметку и отчет [33, с. 28,45; 30, с.30, 52]. И. Усманов к данному жанру причисляет еще корреспонденцию [52, с. 23].

Размышляя о традициях и новшествах в жанрах журналистики, М. Муродов пишет, что «в целом система жанров журналистики осталась неизменной, но, вместе с тем отношение к социальной действительности, методы ее освещения в средствах массовой информации в определенной

мере трансформировались» [31, с. 87]. Эту мысль М. Муродова в полной мере можно отнести к новостным жанрам, которые составляют основу сообщений информационных агентств.

Объединяющим фактором публикаций информационного жанра является преследование главной цели, заключающейся в оперативном сообщении о происходящих событиях и явлениях, что фактически соответствует требованиям, предъявляемым к деятельности информационных агентств. Цель перечисленных выше материалов – оперативное информирование целевой аудитории о значимых событиях и их внешних факторах.

Информационные агентства «Ховар», «Avesta», «ASIA-Plus» и «Озодагон» наиболее часто применяют такие виды информационного жанра, как интервью, корреспонденция и заметка. В отличие от частных агентств НИАТ «Ховар» использует еще расширенные новостные сообщения в формате отчет-комментарий для подачи официальных новостей, таких как, например (*текст приводится в сокращении*):

«Душанбе, 30.03.2018 / НИАТ «Ховар»/. В ходе официального визита Основателя мира и национального единства – Лидера нации, Президента Республики Таджикистан уважаемого Эмомали Рахмона в Республику Казахстан 14-15 марта 2018 года были подписаны Соглашения между Правительством Республики Таджикистан и Правительством Республики Казахстан о реадмиссии, Исполнительный протокол о порядке реализации Соглашения между Правительством Республики Таджикистан и Правительством Республики Казахстан о реадмиссии и Соглашение между Правительством Республики Таджикистан и Правительством Республики Казахстан о порядке пребывания граждан Республики Таджикистан на территории Республики Казахстан и граждан Республики Казахстан на территории Республики Таджикистан.

Упомянутые подписанные нормативные акты направлены на усиление защиты прав и интересов граждан Республики Таджикистан, временно пребывающих в Республике Казахстан и занимающихся трудовой деятельностью, сотрудничество между уполномоченными структурами двух государств по вопросам урегулирования миграции и укрепления дружественных связей.

Заместитель Министра труда, миграции и занятости населения Республики Таджикистан Нурулло Махмадуллозода прокомментировал положения Соглашений между Правительством Республики Таджикистан и Правительством Республики Казахстан о миграции в беседе с корреспондентом НИАТ «Ховар» Мавджудой Анвари следующим образом...

Как известно, вопросы трудовой миграции находятся под постоянным контролем и пристальным вниманием Основателя мира и национального единства – Лидера нации, Президента Республики Таджикистан уважаемого Эмомали Рахмона. Последние годы с целью эффективного использования рабочей силы внутри страны и за ее пределами, обеспечения диверсификации внешней трудовой миграции граждан Республики Таджикистан заключаются соглашения о сотрудничестве с рядом иностранных государств, которые направлены на усиление защиты прав и интересов граждан Республики Таджикистан», – подчеркнул заместитель Министра труда, миграции и занятости населения Республики Таджикистан Нурулло Махмадуллозода» [100].

Новая информация является приоритетной в изучаемых агентствах – лента новостей обновляется постоянно и оперативно, в режиме реального времени сообщается о наиболее важных и чрезвычайных событиях.

По жанрам материалы публикаций в процентном выражении отличаются. В формате заметка написано большинство новостных сообщений в обоих информационных агентствах – у информационного агентства «Avesta» 76,98% от общего количества публикаций, у

информационного агентства «ASIA-Plus»- 79,20%. Второе место занимают информационные интервью – у «Avesta» 14,81% от общего количества публикаций, у «ASIA-Plus»- 14,49%.

Подобная практика объясняется получением агентствами информации в основном в ходе проведения опросов, интервью, бесед, пресс-конференций и т.п.

Материалы, опубликованные в формате репортажа у данных агентств, составляют соответственно 2,70% и 1,85%, а корреспонденция – 3,43% и 2.38%.

Отмечается незначительное различие по публикациям в формате отчета – у «Avesta» они составляют 3,96% от общего количества материалов, а у «ASIA-Plus» – 5,15%.

В результате проведенного исследования установлено, что информационные агентства большинство новостных материалов составляли кратко, оперативно и с максимально точным отображением фактов. Таким образом, четко соблюдались общепринятые требования и нормы, предъявляемые к информационным новостным продуктам. Публикации основывались на новости, содержащей информацию, неизвестную до этого конечному потребителю. Но стоит заметить, что в ряде случаев публиковалась не оперативно полученная информация, а уже известная читателям. Однако, даже имея давность события более 7-10 дней, данные публикации оставались все еще актуальными и важными.

Особое место в информационном жанре занимает формат публикации в виде заметок, которые в исследуемых информационных агентствах являются основной формой оперативной подачи новостных сообщений. Подводя черту сказанному, можно отметить, что в «Avesta» и «ASIA-Plus» авторы в заметках отмечали факт произошедшего события и его важные моменты, которые обладают необходимыми для указанного жанра публикаций характерными признаками, отличаются краткостью изложения

материала и его новизной. Практически все опубликованные материалы по объему небольшие, поэтому в них не затронуты вопросы о методах получения информации и о глубине изучения проблематики, но присутствует ссылка на источник происхождения информации, что является важным обстоятельством.

Проведенным анализом заметок, опубликованных информационными агентствами «Avesta» и «ASIA-Plus», выявлено, что по содержанию и объему они различаются, но по составу сформированы из одного сообщения и изложены кратко, содержат от 10 до 35 строк газетного формата. Иногда заметки имеют расширенный объем, содержат уточнения и подробные факты о происшествии, но объем их не превышает 100 строк газетного формата.

В потоке информации теоретическая значимость заметки журналиста непосредственно зависит от метода подачи материала и смысловой насыщенности конкретного события.

Определен оптимальный объем информационных материалов, опубликованных исследуемыми агентствами, - он составляет от 1,5 до 2 тысяч печатных знаков с пробелами, что соответствует общепринятым рекомендациям к новостным публикациям в СМИ.

Из общих характеристик формата заметки выделяют несколько самостоятельных подвидов, в том числе: событийную заметку; анонс; аннотацию; мини-рецензию; блиц-портрет; мини-обозрение; мини-совет.

Информационными агентствами «Avesta» и «ASIA-Plus» наиболее часто используются форматы событийной заметки, анонса и аннотации, подвиды блиц-портрет и мини-обозрение они используют редко. По нашему мнению, разделение заметок на «не событийные» и «событийные» в определенной мере является спорным, поскольку главная задача средства массовой информации – это непосредственно освещение произошедшего события в виде заметки. В исследуемом периоде не выявлено публикаций в

формате мини-совета и мини-рецензии, основная масса новостной информации представлена обычной заметкой. Как правило, публикация имеет вид описания произошедших событий или комплексного подведения итогов происшествия, сформированного с использованием обобщений.

Иногда на веб-страницах сайтов «Avesta» и «ASIA-Plus» встречаются информационные материалы в формате анонса, содержащего сообщение о предстоящих мероприятиях и имеющего огромное значение для различных областей жизни общества.

Так, у «ASIA-Plus» имеется специально созданная рубрика «Анонс-день в истории», которая периодически пополняется и представлена в следующем виде:

«Анонсы событий на 27.11.2017 года:

- 17:00 Здравствуй, Севастополь!
- 16:11 Церковь Швеции перестанет называть бога Господом.

Потому что он не мужчина

- 15:48 Состояние основателя Amazon в «черную пятницу» превысило 100 миллионов долларов

- 15:15 Свожу в кинотеатр. Кто нравится московским мигрантам?

- 14:55 Драгоценности президентов Центральной Азии: у кого лучше?

- 14:30 Кадыров назвал исполнителей теракта в Египте «псами ада»

- 13:12 О школьных учебниках, аренде и долгах [62].

Приведенный перечень публикаций относится к информационному жанру, они изложены в формате анонса и информируют о событиях, запланированных на ближайшее время.

Следующим форматом, относящимся к информационному жанру, является аннотация, предметом рассмотрения в которой является состоявшееся событие, требующее освещения: презентация книги, отзыв о кинофильме или театральной постановке, мнение об интересной статье. Подача информации в формате аннотации характерна для специализированных изданий, которые освещают определенные виды событий, например события в области культуры. Тем не менее, аннотация также традиционно применяется информационными агентствами, что подтверждается исследованием опубликованных материалов на веб-сайтах «Avesta» и «ASIA-Plus».

Приведем пример аннотации, посвященной культурному мероприятию:

«11 ноября в Академическом театре оперы и балета им. С. Айни прошла премьера балета «Бахчисарайский фонтан». По словам PR-директора Культурного центра «Бактрия» Амаль Ханум Гаджиевой, это долгожданное событие.

«Эта хореографическая поэма в четырёх действиях впервые была поставлена балетмейстером Ростиславом Захаровым по сценарию Николая Волкова еще в 1934 году, - сообщила она. - Первая постановка этого балета в нашем театре состоялась в 1954 году в постановке Гафура Валаматзода. Нынешнюю постановку осуществила балетмейстер - постановщик Мария Левицкая».

По словам Амаль Ханум, в постановке уделено особое внимание изобразительности танцевального языка [107].

Данная аннотация выполняет задачу, заключающуюся в оповещении целевой аудитории о премьере балета, дает краткое ее содержание и описание рассматриваемых проблем, сообщает название балета и имена балетмейстеров. Этим ограничивается характеристика хореографической поэмы.

В результате изучения материалов, опубликованных в подобном формате информационными агентствами «Avesta» и «ASIA-Plus», можно сделать вывод, что отмечается использование элементов эклектизма, которые более характерны для форматов аннотации и заметки.

В публикациях формата «мини-обозрение» предметом сообщения выступает совокупность явлений или событий. За основу, как правило, берут тематические обобщающие факты или определенный период времени. Для иллюстрации исследованного материала приведем пример новостного сообщения в указанном формате: «Комиссия Генерального штаба Вооруженных сил РФ приступила к комплексной проверке 201-й военной базы – крупнейшего военного объекта России за рубежом, расположенного в Таджикистане.

Как сообщает информационное агентство «Новости», об этом заявила пресс-служба Центрального военного округа (ЦВО).

«Офицерами вышестоящего штаба будет оценена способность подразделений соединения к выполнению задач по предназначению, качество организации боевой подготовки, укомплектованность подразделений личным составом, обеспеченность вооружением и военной техникой», – говорится в сообщении.

Отмечается, что основной целью проверки является изучение положения дел в органах управления и подразделениях, а также оценка эффективности работы командования по организации повседневной деятельности.

Как сообщается, 201-я военная база – крупнейший военный объект России, дислоцированный в городах Душанбе и Курган-тюбе. Согласно подписанному в октябре 2012 года соглашению, соединение будет находиться в Таджикистане до 2042 года [123].

В публикации за основу взята одна и общая для перечисленных событий тематика – защита границ Центральной Азии. Автор в указанном

мини-обзрении не поставил перед собой задачу в выявлении взаимосвязей между перечисленными явлениями, что в целом соответствует требованиям к данному формату информационного жанра.

Публикации в формате блиц-портрета отличаются от остальных форматов информационного жанра отображаемым в них предметом события. Предметом, в данном случае, выступают сведения о личности человека в кратком изложении, необходимые для его характеристики целевой аудитории. Приведем пример такой публикации: «Президент Казахстана поставил задачу - увеличить продолжительность жизни граждан, а также сделать Казахстан страной с преобладающей долей среднего класса, передает Tengrinews.kz.

«Казахстан станет страной с преобладающей долей среднего класса. Следуя глобальной тенденции урбанизации, доля городских жителей достигнет с сегодняшних 55 до 70 процентов всего населения, города и населенные пункты, связанные качественной дорогой, скоростные маршруты всех видов транспорта, ведение здорового образа жизни и развитие медицины позволит увеличить продолжительность жизни казахстанцев до 80 лет и выше», - отметил Назарбаев, выступая с ежегодным посланием народу Казахстана» [141].

Далее в публикации приводятся более подробные библиографические данные.

Как показывает изучение материалов, опубликованных на веб-сайтах «Avesta» и «ASIA-Plus», формат блиц-портрета среди них редко встречается, но такие сообщения не соответствуют общепринятым требованиям в части отображения предмета события и особенностей изложения информации. В приведенной выше публикации сообщается о фактическом событии, которое должно в ближайшее время произойти.

Наиболее часто в изучаемых публикациях агентств «Avesta» и «ASIA-Plus» встречаются сообщения в формате информационного отчета. Как

правило, в них сообщается о произошедшем конкретном событии: встрече, семинаре, собрании, конференции, заседании и т.д. Отчет излагается детально и в развернутом виде.

В представленном ниже информационном отчете автором дано краткое описание события без комментирования и дополнительных фактов, что соответствует общепринятым нормам и требованиям, предъявляемым к данному формату информационного жанра.

«Следователь отдела МВД на транспорте по Согдийской области задержан сотрудниками Агентства по государственному финансовому контролю и борьбе с коррупцией Таджикистана по подозрению в получении взятки.

Как сообщает пресс-центр анти-коррупционного ведомства, в управление Агентства по борьбе с коррупцией по Согдийской области обратился гражданин «А».

Указанный гражданин в своем заявлении попросил принять законные меры в отношении следователя отдела МВД на транспорте Согда Пайгамбаркулова Каххора Хасановича.

Следователь, при рассмотрении заявления потерпевшего о содействии в возврате средств в размере \$1 тыс., взятых у него мошенническим способом, пользуясь своим служебным положением, потребовал с гражданина «А», выплатить ему \$300 с \$1 тыс.

Каххор Пайгамбаркуло в был задержан сотрудниками антикоррупции в кафе «31» на территории Б. Гафуровского района в момент получения \$300 у гражданина «А», предположительно взятки.

В отношении К. Пайгамбаркулова возбуждено уголовное дело по статьям 32 ч.3 и 319 ч.2 УК Таджикистана, ведется следствие, отмечается в сообщении Агентства по борьбе с коррупцией.

Это не первый факт задержания следователей МВД сотрудниками антикоррупции в текущем месяце. Ранее в районе Хамадони по подозрению в получении взятки были задержаны два следователя местного ОМВД» [99].

Следующее сообщение в формате отчета было опубликовано на сайте «ASIA-Plus» в 13:00 25 ноября 2017 года: «Президент Таджикистана направил телеграмму соболезнования президенту Арабской Республики Египет Абдулфаттаху Халилу ас-Сиси по поводу произошедшего теракта в мечети, который унес жизни 235 человек. Это самый крупный теракт в новейшей истории Египта, где объявлен трехдневный траур. «Решительно осуждая этот циничный и варварский акт сил зла, выражаем нашу твердую убежденность в том, что реалии сегодняшнего дня требуют консолидации усилий всего мирового сообщества для совместной беспощадной борьбы с международным терроризмом и всеми проявлениями экстремизма», – говорится в телеграмме, сообщает пресс-служба главы государства.

От всего таджикского народа Эмомали Рахмон выразил искренние соболезнования и чувства сопереживания родным и близким погибших, всему дружественному народу Египта и пожелал полного выздоровления пострадавшим.

В результате теракта, совершенного днем 24 ноября на севере Синайского полуострова, погибли по меньшей мере 235 человек. 109 человек, по последним оценкам, пострадали.

Президент Египта Абдель Фаттахас-Сиси заявил, что жертвы атаки будут отомщены, а Египет продолжит свою войну против терроризма. Он назвал атаку «преступной» и «трусливой».

Воздушные силы Египта в результате авиаударов уничтожили несколько транспортных средств, причастных к теракту в мечети эр-Роуда на севере Синая, и несколько баз террористов с оружием и боеприпасами [192].

Необходимо заметить, что большинству материалам, написанным в виде отчета и заметки, свойственны общие характерные черты, а именно связанные с изложением фактов проведения мероприятия, либо мнения по освещаемому вопросу. Необходимо четко разграничивать указанные форматы информационного жанра, учитывая множественность мнений и тем, приведенных в материале. В заметке отражается только одно мнение либо тема, а в отчете их может быть несколько.

Из приведенных выше примеров следует, что в них рассматривается несколько мнений и тем. В данных примерах соблюдены требования к составлению публикаций в формате информационного отчета.

Корреспонденция как формат информационного жанра наиболее часто встречается в публикациях изучаемых агентств. Задача автора – подать читателю информацию с точки зрения участников и очевидцев события. При этом его присутствие на месте событий не является обязательным.

Применение новых технологий способствует изменению внешнего вида и способов подачи новостной информации, оказывают непосредственное влияние сущность форматов информационных жанров. За последние десять лет отмечается совершенно новая тенденция, которая прямо связана с применением инновационных технологий и коммуникации, проявляющаяся в слиянии аспектов информационных и аналитических жанров. Также замечено, что в западной журналистике уже продолжительное время наблюдается тенденция роста удельного веса информационных материалов, подготавливаемых к публикации с использованием формулы «информация плюс анализ», что ведет к слиянию изложения фактов и мнений о происшествии.

В ходе проведения исследования были изучены материалы, относящиеся к аналитическому жанру. Предметами исследования выбраны были аналитические обзоры, корреспонденции, обозрения и статьи. Учитывая специфичность указанных форматов аналитического жанра и их

большой объем, они размещаются на веб-сайтах агентств в отдельных тематических рубриках, а не в общей ленте новостей.

На страницах сайтов информационных агентств «Avesta» и «ASIA-Plus» публикации аналитического жанра занимают важное место, так как они эффективно способствуют формированию общественного мнения, предоставляют для автора дополнительные возможности в изложении фактов, позволяя освещать поставленный на обсуждение вопрос так, как ему наиболее удобно. Такая подача материала, особенно касающегося спорных и конфликтных тем, выгодна информационным агентствам, поскольку привлекает к обсуждению публикации внушительную часть целевой аудитории.

Как выявлено, на веб-сайте «ASIA-Plus», в отличие от «Avesta», наиболее часто применяется форма изложения в виде аналитического отчета. В частности, в 2016 году и в первом полугодии 2017 года опубликовано более 90 материалов в форме аналитического отчета. Данная тенденция объясняется возможностью участия корреспондентов информационного агентства «ASIA-Plus» в различных конференциях, собраниях, съездах, заседаниях и т.п.

Например, в 10:44 часов 27 ноября 2017 года на сайте «ASIA-Plus» размещен аналитический отчет с хедлайном «Быть или не быть исламскому банкингу в Таджикистане» [144], который посвящен внедрению автоматизированных систем исламского банкинга. В отчете отражено мнение, высказанное на тренинге, проходившем в Душанбе.

Приведем выдержку из текста данного отчета: «Презентацию на данную тему для сотрудников соответствующих подразделений НБТ провела в конце прошлой недели турецкая компания Gaia Bilgi Sistemleri Sanayi ve Ticaret Ltd, сообщает пресс-служба таджикского регулятора».

Предметом изложения в отчете выступает тренинг, целью проведения которого является ознакомление с автоматизированными системами

исламского банкинга центральных банков, изучение практического опыта по исламскому банкингу и лучших моделей этой системы во всем мире. Автором указано, что представители турецкой компании представили информацию по программным обеспечениям для формирования централизованной отчетности и автоматизированной банковской системы (транзакционной системы) исламского банкинга.

Сообщается не обо всех выступлениях экспертов, делается акцент только на некоторые, чтобы заострить на них внимание читателей. Например, «разговор о создании в Таджикистане исламских банков ведется в течение почти уже семи лет».

Корреспондентом показана взаимосвязь разных суждений и оценок в выступлениях участников тренинга, указаны реальные проблемы и процессы, происходящие в РТ.

В последней части аналитического отчета журналистом указано, что «В нынешнем году другой таджикский коммерческий банк – «Сохибкорбанк» - заявил о своих намерениях работать в будущем по принципу исламского банкинга. Поможет в этом таджикскому банку Исламская корпорация по развитию частного сектора (ICD), входящая в Группу Исламского банка развития. Стороны даже согласовали предварительные сроки запуска трансформации «Сохибкорбанка».

Характерные особенности, свойственные аналитическому отчету, в данной публикации имеют место. Так, автор, анализируя информацию, отмечает взаимосвязь выступлений докладчиков с реальными действиями.

В первой части публикации журналист уделяет внимание основным темам, опубликованным в ряде Банков Таджикистана, в том числе ситуации 2015 года, когда «Таджиксодиротбанк» планировал превратить в полноценный исламский банк входящую в свою структуру «Банк развития Таджикистана». Однако «Таджиксодиротбанк» столкнулся с финансовыми проблемами, и дело до принятия конкретных решений не дошло.

Аналитический обзор, согласно общепринятым требованиям, начинается с обзора главной и наиболее важной сенсации.

К примеру, во многих обзорах затрагивается тема экономики. Сделаны впервые громкие заявления рядом информационных агентств о затруднениях в снабжении электроэнергией потребителей. Виновником указывается предприятие АО «Барки тоджик». Автором на данные утверждения акцентируется особое внимание, он показывает причины возникшей проблемы: «АО «Барки тоджик» свои неудачи прикрывает маловодьем? – задается вопросом «Азия-Плюс». – Введенный две недели назад в стране жесткий энергетический лимит – неприятный весенний сюрприз для всех потребителей электроэнергии».

Одновременно информационное агентство «Avesta» высказывает мнение о том, что «энерголимит, которого в Таджикистане в весенний период не было никогда, свидетельствует о нарастании трудностей в управлении энергетической отраслью [98].

Обзор, который был рассмотрен выше, не отвечает общепринятым нормам и требованиям аналитического жанра, поскольку в нем не везде присутствуют рассуждения от лица автора, не дана оценка событию и не сделан обобщающий вывод в заключительной части. Обозреватель поставил перед собой цель ознакомить целевую аудиторию с некоторыми отдельными фактами, но не уделил достаточное внимание аналитическому анализу информационных материалов.

Подводя итог изучения и анализа опубликованных независимыми информационными агентствами материалов, можно уверенно сказать о возникновении общей тенденции в сетевой таджикской журналистике, которая характеризуется постепенным объединением некоторых форматов информационного и аналитического жанров.

Итак, на основании изложенного и с учетом особенностей применения указанных жанров используемых информационными агентствами Республики Таджикистан можно сделать следующее резюме:

- во-первых, каждое рассмотренное информационное агентство отдает предпочтение определенным форматам жанров, что зависит от поставленных ими задач и сформированных функциональных обязанностей;

- во-вторых, данные медийные ресурсы свои публикации готовят чаще в форматах заметки, интервью и отчета, реже применяется формат репортаж. В аналитическом жанре агентства предпочитают применять форматы обзор, корреспонденция, комментарии и статьи, значительно в меньшей степени используются форматы обозрение и рецензия;

- в-третьих, большинство материалов, опубликованных на веб-сайтах исследуемых агентств, невозможно точно идентифицировать по видам форматов и жанров, поскольку они одновременно содержат признаки, характерные для разных форматов и жанров.

Глава II. Особенности функционирования информационных агентств в информационном пространстве Таджикистана (на примере НИАТ «Ховар», «ASIA-Plus», «Avesta» и «Озодагон»)

2.1. Становление и развитие Национального информационного агентства Таджикистана «Ховар» как официального органа суверенного государства

Как было отмечено, на сегодняшний день в Таджикистане функционируют одиннадцать информационных агентств, из которых одно является государственным, остальные – частными.

Что касается единственного государственного информагентства, то, как уже отмечалось выше, оно является правопреемником «ТаджикТА», который занимался сбором и распространением достоверной, правдивой информации о жизни Советского Таджикистана, её политике, экономике, дипломатии, науке, культуре, спорте, важных общественных явлениях.

Со временем «ТаджикТА» превратился в крупный координационный информационный центр республики, имеющий ряд подразделений – творческих и технических, а также собственных корреспондентов в областях и городах.

Агентство стало прекрасной творческой школой журналистского мастерства и мастерства переводчиков нескольких поколений.

Здесь выросла целая плеяда прекрасных журналистов и фоторепортёров, мастеров творческого перевода с русского на таджикский и с таджикского на русский языки. Была собрана библиотека словарей и создана своя картотека новых слов и интересных оборотов речи, отдельных выражений, поговорок, пословиц и их разноязычных эквивалентов, лучших образцов литературного таджикского языка. Это помогало переводчикам в

работе над текстами из любой области человеческих знаний, в том числе – науки. На счету таких мастеров, как Н. Пачаджанов, Д. Исхаков, Б. Исхакбаев, Н. Обидов, М. Шарипов, А. Кудратов, тысячи печатных листов переводов.

В отделе переводов постоянно обсуждались, анализировались и затем переводились на таджикский язык новые слова и термины русского языка. Таким образом, здесь рождались и становились общим достоянием новые для таджикского языка термины и понятия.

Великая Отечественная война советского народа против гитлеровской Германии 1941-1945 годов оказало влияние на всю работу агентства, также как и на всю жизнь Таджикистана как части Советского Союза. В эти годы стали выходить специальные фотоокна «ТаджикТА», освещающие положение на фронтах и работу тыла. Соответствующим образом изменились информационные вестники. В агентстве остались только женщины и люди преклонного возраста, большая часть сотрудников влилась в ряды защитников Родины.

В годы послевоенного восстановления в СССР разрушенного войной хозяйства «ТаджикТА» продолжал расширять свои возможности. Его каналы работали с максимальным наполнением – и не только на внутреннем, но и на зарубежном направлении. За рубеж, в частности, шли сообщения о развитии Южно-Таджикского территориально-производственного комплекса, достижениях нации, решении насущных социальных проблем [38, с. 67-69].

Важное место в информационных вестниках отводилось людям труда – инженерам, агрономам, учителям, врачам, приехавшим в Таджикистан из многих уголков Советского Союза и, главным образом, из России, с желанием помочь в деле становления республики – ликвидации неграмотности, борьбе с болезнями, привлечении к общественной жизни женщин.

Постепенно агентство стало зеркалом общественной жизни. Его сообщения, размноженные другими органами массовой информации, впервые принесли в мир слова «Вахшстрой», «Нурекская ГЭС», «ТадАз», «Тонковолокнистый хлопок», «Таджикский лимон», «Яван». В целом сотни тысяч печатных листов составляют печатную летопись истории республики, её индустриализации, преобразований и развития сельского хозяйства, свершений культурной революции, вдохновенного труда в годы пятилеток, в суровые годы войны и в послевоенное время. У агентства – большая аудитория читателей и слушателей, практически – вся республика.

Во время основания уже нынешнего «Ховара» в стране ощущалась нехватка профессиональных журналистов, что стало одной из проблем в становлении агентства. Однако руководству удалось привлечь наиболее компетентных сотрудников из газет города. Они проходили специальное обучение, после чего овладевали навыками информационной службы и становились мобильными и оперативными журналистами.

Вскоре сотрудники агентства решили не ограничиваться только передачей и рассылкой информационных материалов, государственным учреждениям и своим подписчикам, но и запустили собственный интернет-сайт – *khovar.tj*.

Действующим директором НИАТ «Ховар» является Саидали Сиддик, назначенный на эту должность в марте 2016 года. Интересна его биография: «Сиддик (Сиддигов) Саидали Раджабалиевич (Раджабали). Родился 28 сентября 1958г. в Ленинском районе (ныне р-н Рудаки). В 1981 году окончил отделение журналистики факультета таджикской филологии Таджикского государственного университета, а в 1982 году – КПК факультета журналистики бывшей Высшей комсомольской школы при ЦК ВЛКСМ в Москве. Работал редактором литературно-драматических вещаний Таджикского радио, корреспондентом, заведующим отделом газеты «Комсомоли Тоджикистон», советником-переводчиком ЦК ВЛКСМ в

Афганистане, помощником министра культуры Республики Таджикистан, заместителем начальника Управления телевидения и радио Министерства культуры и информации Республики Таджикистан, главным редактором газет «Восточный экспресс», «Вечерний Душанбе», «События». 18 августа 2007 – 30 окт. 2012 – зав. Информационно-аналитическим отделом Исполнительного аппарата Президента Республики Таджикистан. С 30.10.2012 – первый зам. председателя Комитета по телевидению и радио при правительстве РТ. Заведующий Информационно-аналитическом отделом Исполнительного аппарата Президента РТ. С 30.03.2016 – 1-й заместитель председателя Комитета по телевидению и радиовещанию при правительстве РТ. С 30.03.2016 – директор национального информационного агентства «Ховар».

Автор более 900 очерков, статей, репортажей, интервью, эссе и рассказов, опубликованных в таджикской и зарубежной прессе, а также в коллективных сборниках.

Победитель Международного конкурса журналистов «Русский мир - 2005», проводимого «Российской газетой» совместно с Международной конфедерацией журналистских союзов СНГ, конкурса Центра ОБСЕ и ТФИОО за лучший журналистский материал в номинации «Гражданская позиция» (2003) и традиционного конкурса газеты «Курьер Таджикистана», «Лучший журналист года – 2006» [92].

В беседе с нами Саидали Сиддик сказал, что «НИАТ «Ховар» одним из первых начал публиковать свои материалы в интернет-пространстве Таджикистана. Уже в 2002 году мы открыли сайт, но, к сожалению материалы не архивировались, поэтому до мая 2008 года, все опубликованные на сайте исчезли. С мая 2008 года ведется архив материалов на таджикском языке, а с августа того же года архив материалов на русском языке» [196].

Анализ архива сайта показал, что, действительно, материалы начали архивироваться с мая 2008 года. Первым материалом в архиве является следующая короткая заметка под рубрикой «Фарханг» («Культура») следующего содержания на таджикском языке, но без заглавия:

«Душанбе, 5 май (АМИТ «Ховар», Бекназари Абӯбақр). – 7 июл дар Ҷумҳурии Қазоқистон ҷашнвораи байналмилалии филми «Авруосиё» оғозмешавад, ки дар доираи он танҳо офаридаҳои коргардонҳои Осиеи Марказӣ ба намоиш гузошта мешавад. Дар ҷашнвораи мазкур 70 филм намоиш дода мешавад, кикоргардонҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон низ чанде аз филмҳои худро ба он пешкаш мекунанд. Маврид ба ёдоварист, ки мурӯздар Ҷумҳурии Афғонистон низ ҷашнвораи байналмилалии дигари синамо идома мекунад, ки дар он филмҳои драматурги шинохтаи тоҷик Шодӣ Солеҳтаҳтиунвони «Нони Раштон», «Рӯшноӣ», «Гул», ва «Ҳаром ва Ҳалол» ба намоиш гузошта мешаванд».

«Душанбе, 5 мая (НИАТ «Ховар», Бекназари Абубақр)». – 7 июля в Республике Казахстан начинается международный кинофестиваль «Евразия», в рамках которого будут представлены только работы режиссеров Центральной Азии. На этом фестивале будут показаны 70 фильмов и режиссеры Таджикистана также представят несколько своих фильмов. Следует заметить, что сегодня в Республике Афганистан также продолжается другой международный фестиваль, на котором будут представлены фильмы известного таджикского драматурга Шоди Солеха под названиями «Хлеб Раштона», «Свет», «Цветок» и «Запретный и дозволенный» [193] (перевод).

Начиная с четвертого материала, от 14 мая 2008 года [166], публикации размещены с заглавием.

Первым материалом в русской версии сайта является следующая короткая информационная заметка, которая вышла под заголовком «Внучка З. Шахиди получила международную премию» 19 августа 2008 года:

«Август 19, 2008 18:22. Ей была вручена престижная премия Джозефа Штауфера, которая вручается победителям ежегодного международного музыкального конкурса. Об этом НИАТ «Ховар» рассказала директор и председатель музея и Фонда имени З. Шахиди–Мунира Шахиди. Фарангис Нурулла-ходжа закончила учёбу в Сан-Диего и Париже. В настоящее время она проживает в Монреале» [111].

Архивация английской версии сайта начинается с 14 июля 2015 года, арабской версии – с 30 ноября 2015 года, персидской версии – с 6 октября 2016 года.

Нельзя не заметить, что с приходом на должность некогда бывшего директора агентства НИАТ «Ховар» Зафара Саидова, опытного управленца, политолога и журналиста постепенно изменилось очень многое. Во-первых, «Ховар» вернул себе правовой статус основного информационного органа государства, как и было поручено Главой государства.

В 2008 году директором НИАТ «Ховар» был назначен С. З. Шамсиддинов. Он родился 28 февраля 1967 года в Восейском районе Хатлонской области. В 1986 году С. Шамсиддинов поступил на факультет таджикской филологии (кафедра журналистики и перевода), в 1987-1989 годах проходил военную службу в Военно-воздушных силах (ВВС) на территории Белоруссии, после чего продолжил учёбу и в 1993 году окончил Таджикский государственный университет.

С 1993 года по октябрь 1996 года С. Шамсиддинов работал в редакции информационных программ Таджикского радио, а с 1996 по 2003 год – в редакциях программ «Ахбор» и «Субх», а также в политической и экономической редакциях Таджикского телевидения в качестве заведующего отделом региональных корреспондентов, первого заместителя главного редактора и главного редактора. С декабря 2003 года по апрель 2005 года он являлся старшим советником пресс-службы Президента Республики

Таджикистан. С 2005 года до 6 февраля 2008 года С. Шамсиддинов занимал должность директора Первого канала Таджикского телевидения. 6 февраля 2008 года постановлением Правительства Республики Таджикистан он был назначен директором Национального информационного агентства Таджикистана «Ховар».

С. Шамсиддинов – Отличник телевидения, радио и печати Республики Таджикистан, член Союза журналистов Таджикистана, лауреат журналистской премии имени Абулкасима Лохути, обладатель медали «Хизматишоиста» («За выдающиеся заслуги»).

«Ховар» сегодня – это единственное в республике информационное агентство, получающее из первых рук и немедленно распространяющее по самым широким каналам официальные документы, связанные с деятельностью Президента, Парламента и Правительства Таджикистана, а также всего государственного аппарата страны в целом.

Агентство является надёжным поставщиком оперативных и достоверных новостей о событиях во всех регионах Таджикистана. Среди потребителей информации агентства «Ховар» не только газеты и журналы, телевидение и радиовещание. Распространяемые агентством материалы активно используют посетители социальных сетей, зарубежные посольства, деловые круги, министерства и ведомства, общественные организации и частные лица в Таджикистане и за его пределами.

Информация НИАТ «Ховар» распространяется на таджикском, русском, фарси, арабском, узбекском и английском языках. Агентство имеет взаимовыгодные связи с ведущими мировыми и региональными информационными агентствами, службами и центрами.

В задачи «Ховар» входит сбор и оперативное распространение объективной информации о важнейших событиях в политической жизни страны и других государств. Агентство осуществляет международные и внешнеэкономические связи в информационной и других сферах

деятельности, содействуя развитию информационных и иных связей Республики Таджикистан с зарубежными странами.

Рубриками НИАТ «Ховар» являются: «Президент», «Политика», «Общество», «Культура», «Образование», «Внешняя политика», «Безопасность», «Экономика», «Промышленность», «Энергетика», «Сельское хозяйство», «Регионы», «Фоторепортажи» и «Спорт».

На официальном сайте информагентства публикуется разнообразная официальная государственная информация. События с участием Президента страны Эмомали Рахмона размещаются в рубрике «Президент», «Главное», «Выборы».

Например, накануне главных государственных событий страны, таких как Международный праздник «Навруз», «День единства», «День государственной независимости» и другие, размещаются официальные поздравления Президента Таджикистана Эмомали Рахмона. Таким образом, информационная политика НИАТ «Ховар» тесно связана с суверенитетом страны, и это, на наш взгляд, является главной информационной целью данного агентства.

Если статьи и новости на таджикском, русском и английском языках можно прочитать почти на всех сайтах информагентств Таджикистана, то информация на фарси, арабском и узбекском является достаточно эксклюзивной для республики. Подборки публикаций для каждого языка несколько отличаются. Большинство материалов предоставлено на государственном языке и на русском, несколько меньше и выборочно – на немецком и английском. Схожая практика имеет место и в других агентствах. Важные материалы размещаются на первой странице и определенное время не уходят в архив.

Дизайн сайта НИАТ «Ховар» достаточно прост и удобен для пользователей. Заголовки новостей на сайте выделены светло-синим цветом. Это несколько непривычно, поскольку информационные агентства

традиционно используют чёрный цвет. Впрочем, «привычный» цвет в дизайне сайта также задействован. Например, в качестве шрифта объявлений в колонке «Пресс-центр». Логотип сайта расположен в левом верхнем углу по канонам веб-дизайна. Под ним расположена бегущая строка. Как графическая составляющая, она очень важна, поскольку позволяет читать ленту новостей в движении. Этот элемент также используют и другие информационные агентства страны. При наведении на бегущую строку на сайте она останавливается. Каждая новость в ней представляет собой ссылку, нажав на которую, пользователь попадает на страницу с полным текстом. «Ховар» использует фотографии и иллюстрации не в каждой публикации, но в то же время на заглавной странице изображения присутствуют всегда. Иногда это несколько изображений, которые можно просматривать в окне страницы сайта, не осуществляя переходов. Существует также раздел «Фотогалереи», где пользователь может отдельно ознакомиться с фотографиями. Категории и основные новости, отображающиеся в блоках, вероятно, выбираются системой произвольно, либо отбираются редакторами. Но пользователь всегда может выбрать интересующую себя рубрику прямо в панели отображения текста или перейти в другие разделы.

Можно отметить и то, что технически НИАТ «Ховар» является одним из наиболее развитых информагентств в Таджикистане. Только «Ховар» проводит свои пресс-конференции в прямом эфире на своём собственном радио. Ещё одна отличительная черта данного агентства заключается в том, что оно имеет и собственное радио, на котором передаются новости именно из собственного сайта.

«Радио FM Ховар» был учрежден при НИАТ «Ховар» 2 июня 2011 года Постановлением Правительства Таджикистана и является информационно-музыкальным радио. Организационно-правовая форма – государственное унитарное предприятие. Радио передает новости каждые полчаса о важнейших событиях в стране и мире. НаFM-диапазоне охватывает город

Душанбе, пригородные районы, административные центры Согдийской и Хатлонской областей, город Куляб. Перед руководством и радио, и агентства стоит задача охватить всю территорию республики. Радио вещает также через сайт информационного агентства и таким образом доступно во всем интернет-пространстве.

Помимо информационных выпусков есть отдельные тематические программы: «Комментарий одной новости» (20 минут), «Правовое просвещение» (25 минут), «Туризм» (25 минут), «Чудо искусства» (25 минут), «Путешествие по краю» (30 минут), «Богатство (20 минут)», «Писатель и время» (25 минут), «Блаженство» (20 минут), «Пульс экономики» (35 минут), «Ночное пение» (20 минут).

Мониторинг эфира радио за июнь-июль 2018 года выявил, что музыкальная составляющая радио сокращается. В течение одного часа передается две песни на патриотические темы, в частности воспевающие национальное самосознание и государственную независимость

Упорядочено размещение рекламы в эфире. Реклама передается один раз в течение трех часов в объеме 5 минут.

Ежедневно в эфире звучат 20 обновленных радиопрограмм с хронометражом от 20 до 40 минут. Они размещаются в сетке программ радио и, как сказал нам в беседе Саидали Сиддик, «передаются в эфир в согласовании с руководителем НИАТ «Ховар» [196].

Радиопрограммы «Позиция» и «Беседа» в объеме 35-40 минут передаются 6 раз в неделю. Объем аналитической программы «Яркая тень» увеличен от 20 до 40 минут. Она передается 3 раза в неделю с участием ответственных работников министерств, учреждений, экспертов, известных ученых и литераторов. В течение недели эта программа повторяется 4 раза.

В отличие от частных FM-радиостанций на «Радио FM Ховар» практикуется радиочтение. Для слушателей по частям, выразительно читаются тексты таких книг Президента Республики Таджикистан Эмомали

Рахмона, как «Жемчужины из высказываний Лидера нации», «Вечные имена», «Таджики в зеркале истории», «Язык нации – бытие нации», а также художественные произведения Садриддина Айни «Мемуары», Сотима Улугзаде «Утро нашей жизни».

В первой главе было упомянуто о том, что при НИАТ «Ховар» действует «Республиканский пресс-центр» в качестве отдельной подструктуры. На сайте информагентства об этом пресс-центре размещена следующая информация: «Республиканский пресс-центр НИАТ «Ховар», расположенный на 2-м этаже здания Центра стратегических исследований при Президенте Таджикистана по адресу Душанбе, пр. Рудаки, 40, – самая посещаемая медийная площадка Таджикистана. На сегодняшний день по объёмам проводимых пресс-мероприятий он абсолютный лидер на рынке информационных услуг страны. В год здесь проходят десятки мероприятий с участием высокопоставленных представителей государственных учреждений, частного бизнеса и общественно-политических объединений, а также зарубежных организаций. В частности, в зале Пресс-центра ежегодно в июле и январе проводят свои пресс-конференции по итогам полугодовой и годовой деятельности министерства и ведомства, а также организации и учреждения, расположенные в городе Душанбе. Руководитель Республиканского пресс-центра –Акрам Сангзода» [84].

Эти пресс-конференции проводятся один раз в полгода в соответствии с распоряжением Президента РТ от 4 марта 2005 года, и многие учреждения предпочитают провести их не своих зданиях, а в конференц-зале «Республиканского пресс-центра» при НИАТ «Ховар».

НИАТ «Ховар» наиболее широко освещает местные новости, публикующиеся в соответствующей рубрике. Лента новостей сайта больше посвящена событиям, происходящим в стране, хотя определенная часть информационных сообщений охватывает международные вести. Например, за 31 января 2018 года в ленте новостей размещены 19 материалов – 13 из

них новости Таджикистана, 6 –из-за рубежа; за 30 января опубликовано 22 материала – 15 о стране, 7 –зарубежные; 27 февраля – 16 материалов о стране, 4 – зарубежные;28 февраля – 27 материалов таджикистанские, 7–зарубежные; 27 марта – 17 материалов о стране, 7 – зарубежные; 30 апреля – 23 материалов о стране, 7 –зарубежные; 4 апреля – 25 материалов о стране, 8 – зарубежные, и т.п.

Таким образом, данное информагентство, пожалуй, в большей степени, чем какое-либо другое в Таджикистане, уделяет внимание событиям, происходящим именно внутри республики. Это касается не только таких рубрик, как «Культура», «Образование», «Сельское хозяйство», но и рубрики «Регионы», в которой освещаются материалы, посвященные не только самой столице или только мировым вопросам, но и событиям обычных жителей и деятельности дехкан в кишлаках, составляющих основную часть населения страны.

Рубрики «Внешняя политика», «Выборы» содержат в себе различные публикации, отражающую официальную политику информационного агентства, одна из задач которого – держать читателя в курсе всех основных событий, касающихся преобразований в стране. Наиболее часто можно найти информацию о планах и прогнозах от уполномоченных лиц. В этом разделе также публикуются комментарии представителей зарубежных организаций, сотрудничество с которыми лежит в основе международной политики республики.

Одной из базовых рубрик, как и у большинства информационных агентств, является «Экономика». Стоит отметить, что новости из этой рубрики нередко пересекаются с темами, освещаемыми в других разделах, например в специальной рубрике «Оценки проекта Рогунской ГЭС».

Следует отметить, что главные новости публикуются в разделе «Главная», а остальные распределяются по разделам.

Рубрика «Общество» почти во всех информационных агентствах является самой заполняемой, и «Ховар» – не исключение. В ней четыре публикации за 17 марта 2014 года и три – за 18 марта. В рубрике «Внешняя политика»: 18 марта – две новости, 13 марта – шесть. Раздел «Экономика» насчитывает семь материалов за 17 марта, рубрика «Спорт» – 3 за 17 марта. В рубрике «Образование» за 13 марта – три сообщения. А в рубриках «Президент», «Регионы» и «Безопасность» ситуация похожа – количество материалов почти одинаковое.

Мы видим, что некоторые рубрики заполняются достаточно стабильно, другие же хаотично, что является нормой для информационных агентств Таджикистана. И такая практика распространена в каждом из них.

Для новостей из различных уголков республики выделена специальная рубрика «Регионы». Здесь можно найти информацию о последних событиях, происходящих в Хатлонской, Согдийской, Горно-Бадахшанской областях Таджикистана. Остальные информационные агентства не выносят региональные новости в собственный раздел. Кроме того, рубрика «Сельское хозяйство», в которой, соответственно, сгруппированы новости о сельскохозяйственной сфере, также является уникальной.

Рубрика «Внешняя политика» содержит информацию о назначениях на высокие государственные должности и об увольнениях с постов, о встречах высокопоставленных лиц с зарубежными партнёрами и т.д.

Главными задачами НИАТ «Ховар» являются сбор и распространение среди республиканских и зарубежных СМИ, государственных органов и организаций, других учреждений, предприятий, общественных объединений, а также отдельных лиц информации по важнейшим вопросам внутренней и внешней политики государства, всем аспектам политической, экономической, общественной и культурной жизни Республики Таджикистан.

НИАТ «Ховар», являясь центральным государственным информационным органом, обладает эксклюзивным правом на сбор и распространение официальной информации и документов, связанных с деятельностью Президента Республики Таджикистан, Маджлиси Оли Республики Таджикистан и Правительства Республики Таджикистан, а также правом на передачу собственных комментариев к этим документам.

Согласно Положению о НИАТ «Ховар», агентство обязано:

- собирать всю официальную и иную информацию и распространять ее, в установленном порядке, на таджикском, русском, узбекском и английском языках;
- публиковать и распространять в республике и за ее пределами, путем подписки, розничной продажи и по отдельным заказам, книги, бюллетени, газеты, журналы, вестники и иные печатные, фотоиллюстративные аудиовизуальные и видеоматериалы, в соответствии с законодательством Республики Таджикистан;
- по мере возможности и в установленном порядке создавать в республике и за ее пределами информационные отделения, корпункты и иные подразделения, а также, в случае необходимости, реорганизовывать или ликвидировать их;
- осуществлять международные связи по вопросам сбора и распространения информации, изучать опыт работы информационных агентств других стран, подписывать с информационными агентствами и другими органами средств массовой информации зарубежных стран соглашения о получении, в интересах Республики Таджикистан, информации на основе обмена или на других условиях.

Как явствует из многочисленных перечисленных направлений деятельности НИАТ «Ховар», они предполагают поистине ответственную профессиональную работу его сотрудников. Несмотря на многочисленные

материально-технические трудности, коллектив агентства в целом достойно справляется с выполнением возложенных на него задач. С целью обеспечения эффективного использования потенциала кадров, в 2004 году, впервые за время государственной независимости Таджикистана, была проведена аттестация сотрудников, а 1 сентября 2005 года (также впервые за время государственной независимости) Правительством Республики Таджикистан был утвержден состав коллегии НИАТ «Ховар». В агентстве произошла серьезная структурная перестройка, и были значительно увеличены размеры авторских гонораров.

Национальное информационное агентство Таджикистана «Ховар» постоянно держит руку на пульсе важнейших событий в республике и в мире. Агентство стремится к тому, чтобы ни одно событие, имеющее республиканское или международное значение, не осталось вне рамок охвата информационного пространства. Преимущество НИАТ «Ховар», по сравнению с другими СМИ, заключается в том, что агентством ежедневно распространяется в среднем не менее 15 информационных материалов.

Деятельность НИАТ «Ховар» осуществляется на пяти языках – таджикском, русском, английском, фарси и арабском, что неизбежно привело к расширению числа его подписчиков.

Интересно, что начиная с 2018 года в связи с потеплением таджикско-узбекских отношений в ленте новостей таджикской версии информагентства иногда также публикуются материалы на узбекском языке. Яркими примерами являются такие материалы, как:

а) развернутая информационная заметка от 9 марта 2018 года: *«Эмомали Раҳмон ва Шавкат Мирзиёевнинг Ўзбекистон маъсулот ва моллари ку ргазмаси очилиши маросими да иштироки» («Участие Эмомали Рахмона и Шавката Мирзияева на церемонии открытия выставки товаров Узбекистана»)* [191].

б) интервью от 9 марта 2018 года: *«Ўзбек ва тоҷик – таърихий воқеалар даврибошланди. Тоҷикистон миллий университети ректори, академик Муҳаммадюсуф Имомзода билансунъбат»* («Узбек и таджик – начался период исторических событий. Беседа с ректором Таджикского национального университета, академиком Мухаммадюсуфом Имомзода») [188].

Информационные материалы агентства используют центральные и региональные радио и телевидение Таджикистана, правительственные и партийные газеты, ряд неправительственных изданий страны, а также министерства, ведомства, предприятия, учреждения, местные органы государственной власти, международные организации, посольства зарубежных стран, аккредитованные в республике.

В настоящее время у НИАТ «Ховар» имеются договоры о сотрудничестве с информационными агентствами «Синьхуа» (Китай), «РИА-Новости» и ИТАР-ТАСС (Россия), АПП (Пакистан), а также с информагентствами некоторых арабских государств и Центральной Азии. Новейшим международным документом о сотрудничестве является «Соглашение о сотрудничестве между НИАТ «Ховар» и Национальным информационным агентством Узбекистана «УзА»», подписанное в городе Ташкенте 17 августа 2018 года. Документ с таджикской стороны подписал директор НИАТ «Ховар» Саидали Сиддик, а с узбекской – директор «УзА» Абдусаид Кучимов [154].

«В соответствии с подписанным документом информационные агентства «Ховар» и «УзА» регулярно будут перепечатывать в своих интернет-сайтах заметки, комментарии, интервью и аналитические статьи, написанные на экономические, научные, культурные, литературные и туристические темы. Также государственные информационные агентства Таджикистана и Узбекистана, освещая визиты глав государств обеих стран, и официальных делегаций Таджикистана и Узбекистана, в ходе работы

региональных и международных конференций и других мероприятий государственного уровня помогают и способствуют друг другу. Подписание Соглашения о сотрудничестве между НИАТ «Ховар» и Национальным информационным агентством Узбекистана «УзА» вносит достойный вклад в информационную безопасность обеих стран. До сих пор новостные сообщения и аналитические материалы, посвященные действительности Таджикистана и Узбекистана, перепечатывались из СМИ других стран региона, что не соответствовало требованиям информационной безопасности» [154].

НИАТ «Ховар» входит в Ассоциацию национальных информационных агентств стран СНГ [63]. Ассоциация национальных информационных агентств государств-участников СНГ [далее – АНИА] была учреждена как форма профессионального сотрудничества национальных информационных агентств государств-участников СНГ 23 сентября 2004 года в целях реализации Соглашения об обмене материалами национальных информационных агентств государств-участников СНГ, принятого на заседании Совета глав правительств СНГ 23 сентября 2003 года в городе Ялта. Кроме того, данное Соглашение было подписано исходя из Соглашения о сотрудничестве в области информации, принятого 9 октября 1992 года.

Дополнительно к данному Соглашению также принят устав АНИА, который состоит из шести разделов. Помимо общих положений в уставе определены: а) основные направления деятельности АНИА; б) основные принципы участия в АНИА; в) создание и распространение информационных продуктов АНИА; г) финансовое обеспечение деятельности АНИА; д) организационная структура АНИА.

Следует отметить, что на сайте АНИА наряду со ссылками на другие агентства стран СНГ, как «Armenpress», «Белта», «Кабар» и другие, есть также ссылка на НИАТ «Ховар».

Учитывая историческую близость и традиционно дружеские отношения народов Таджикистана и Китая, стремясь к расширению гуманитарного сотрудничества в сфере информации и информационных технологий, намереваясь более широко распространять информацию о событиях в своих странах Национальное информационное агентство Таджикистана «Ховар», в лице директора Зафара Саидова, и Государственного информационного агентства КНР «Синьхуа», в лице его официального представителя в регионе Центральной Азии Чень Цзюнь Фена, 12 апреля 2006 года заключили соглашение о сотрудничестве и информационном обмене.

В соответствии с ним, стороны обязуются предоставлять друг другу публично оглашаемую достоверную информацию об актуальных событиях внутренней и международной жизни на русском языке с использованием электронной почты, Интернета и других средств коммуникации. При этом стороны не производят оплаты за предоставленную информацию, за исключением случаев, предусмотренных соглашением.

Под информацией в упомянутом соглашении понимаются информационные сообщения, в том числе в виде электронной рассылки новостей, фотоснимков и аналитических материалов, распространяемых сторонами по электронной почте и через другие средства коммуникации.

Агентства в праве распространять полученную информацию любым способом на территории своих государств с обязательной ссылкой на источник информации. При этом они обязуются использовать полученную информацию без искажения смысла и изложенных в них фактов. Редактирование предоставленной информации допускается только при условии сохранения общей смысловой направленности. В случае

необходимости такое редактирование подлежит предварительному согласованию со стороной, предоставившей информацию.

Агентства «Ховар» и «Синьхуа» будут тесно сотрудничать в организации и обеспечении информационной поддержки визитов глав государств, официальных делегаций, а также иных межгосударственных акций и мероприятий, проводимых на территории Республики Таджикистан и Китайской Народной Республики.

Они будут поощрять обмен журналистами, фотокорреспондентами и другими специалистами в сфере средств массовой информации с целью обмена опытом и повышения квалификации. Стороны также будут оказывать организационное и техническое содействие аккредитованным в их странах журналистам и фотокорреспондентам при осуществлении профессиональной деятельности.

Информационные материалы НИАТ «Ховар» распространяется посредством сети Интернет через собственный сайт, который признан всеми её пользователями в качестве главного официального информационного источника Республики Таджикистан. Информационный сайт НИАТ «Ховар» имеет во всемирной сети Интернет свой домен. Сайт Агентства создает для всех пользователей сети Интернет, в особенности для жителей, отдаленных от столицы Республики Таджикистан регионов, хорошие возможности для своевременного ознакомления с точной и достоверной информацией государственного уровня.

По итогам конкурса среди информационных веб-сайтов, сайт НИАТ «Ховар» был признан победителем и получил премию в номинации «Лучший патриотический сайт Таджикистана». С октября 2002 года и по настоящее время сотни тысяч людей, как внутри страны, так и за ее пределами, посетили и ежедневно посещают сайт НИАТ «Ховар».

В 2006 году, с учетом постоянно растущих потребностей пользователей всемирной сети Интернет, сайт НИАТ «Ховар» на

таджикском и русском языках был обновлен – в настоящее время агентство предоставляет информацию в арабо-англоязычной версии, а также на фарси. Новый сайт НИАТ «Ховар» имеет возможность распространять фотографическую, аудиовизуальную и анимационную информацию. С целью обеспечения своевременного распространения информации содержание сайта ежедневно обновляется.

В списке стран, пользующихся информацией сайта НИАТ «Ховар», можно отметить Российскую Федерацию, США, Германию, Францию, Австралии, Великобританию, Китай, Израиль, Турцию, Чехию, Норвегию, Объединенные Арабские Эмираты, Индию, Южную Корею, Швейцарию, Швецию, Австрию, Литву, Мексику, Афганистан, Иран, Узбекистан, Казахстан и многие другие.

Посредством НИАТ «Ховар» готовится и распространяется актуальная и важная информация о политической, экономической, общественной и культурной жизни республики. Например, за январь-июнь 2016 года через агентство были опубликованы 295 материалов о деятельности Президента Республики Таджикистан, Маджлиси Оли Республики Таджикистан, Правительства Республики Таджикистан и 381 материал о международных связях Республики Таджикистан.

Ежедневно, за исключением выходных дней, НИАТ «Ховар» выпускал на таджикском и русском языках информационный вестник о важнейших вопросах внутренней и внешней политики государства, политической, экономической, общественной и культурной жизни Таджикистана, который распространялся по подписке.

Данный вестник являлся сборником информации, который ежедневно готовился и распространялся информгентством «Ховар». Он доставлялся подписчикам двумя способами: во-первых – через назначенного для этой цели курьера агентства, а во-вторых – через электронную почту. Ныне

данный информационный вестник не выпускается, так как в настоящее время потребность в нем отпала.

Преимущество работы НИАТ «Ховар», по сравнению с другими официальными СМИ, до недавнего времени заключалось в том, что информационные материалы агентства распространяются ежедневно не только на территории Таджикистана, но и в мировом информационном пространстве.

Иными словами, если официальные газеты Республики Таджикистан выходят три раза в неделю (за исключением газеты «Джумхурият», которая выходит ежедневно и также имеет свой сайт) сравнительно ограниченным тиражом, то НИАТ «Ховар» распространяет новости о внутренней и внешней политике РТ, а также о различных аспектах жизни общества через свой сайт ежечасно. Следует также отметить, что официальные газеты Республики Таджикистан, а также некоторые независимые еженедельники широко используют подготовленные НИАТ «Ховар» материалы, причем в большинстве случаев – без указания источника информации.

В связи с этим Правительство страны 30 июня 2016 года приняло решение о том, что «... впредь все официальные сообщения, заседания Правительства Республики Таджикистан, рабочие поездки Президента Республики Таджикистан внутри и вне страны, соответствующие заседания, встречи и конференции международного, республиканского и отраслевого значения освещать через НИАТ «Ховар» и затем для распространения отправить со стороны агентства другим средствам массовой информации. Предусмотреть обязательное присутствие представителя НИАТ «Ховар» на отмеченных мероприятиях» [79].

В связи с таким решением Правительства страны относительно официального информационного агентства в частных СМИ поднялась необоснованная шумиха и неправильное комментирование его смысла и содержания.

Все эти домыслы и необоснованные комментарии были опровергнуты директором НИАТ «Ховар» Саидали Сиддиком [65], а также журналистом и исследователем Джовидом Мукимом. Последний написал специальную статью на эту тему и отметил, что «данное предписание имеет рекомендательный характер. А потому не надо делать трагедию из этого протокола. В данном случае Правительство своему официальному агентству – НИАТ «Ховар» в освещение официальных новостей наряду с приоритетом, также предоставляет ответственность, в том, чтобы такая информация была распространена своевременно» [79].

Рост количества читателей веб-сайта НИАТ «Ховар», тиража распространения его информационного вестника (на русском и таджикском языках), количество распространенной информации (на государственном, русском, английском, персидском и арабском языках) с 3 января по 31 декабря 2016 года отражает следующая таблица:

Таблица №2

	Наименование	Тираж, посещаемость
.	Сайт	600, 946 человек
.	Ахборнома	350
.	Информационный вестник	350
.	Информационные материалы на государственном языке	7 713
.	Информационные материалы на русском языке	6 467
.	Информационные [переводные]	5 921

.	материалы на английском языке	
.	Информационные [переводные] материалы на персидском языке	6 256
.	Информационные [переводные] материалы на арабском языке	4 323

В рамках реализации Постановлений Правительства специальные корреспонденты НИАТ «Ховар» принимают участие в освещении работ Международных конференций, круглых столов, памятных вечеров и т.д. В частности, за 2016 год были подготовлены 12 подробных отчетов, 50 детальных заметок и 44 аналитических статей, посвящённых тем или иным мероприятиям различного характера и уровня.

Книга ветерана НИАТ «Ховар», известного журналиста Олега Соболева «О воде с любовью», состоящая из пяти разделов и более чем 40 материалов, заняла достойное, первое место на общереспубликанском конкурсе по освещению проблем чистой воды.

О. Соболев стал лауреатом премии проведенного под эгидой ОБСЕ и Академии развития журналистского конкурса в номинации «Лучшая аналитическая статья года».

Специальный корреспондент НИАТ «Ховар» в европейской части СНГ (г. Москва) Халима Хушкадамова была удостоена международной премии «Русский мир – 2005».

К 80-й годовщине создания НИАТ «Ховар» в свет была выпущена еще одна книга О. Соболева – «Тебе, молодой журналист», в первой части которой содержатся сведения по истории и функционированию НИАТ «Ховар». Говоря об основных задачах НИАТ «Ховар» О. Соболев отмечает следующее: «... в центре внимания национальной информационной службы должны быть постоянно деятельность президента страны, ее правительства,

других государственных органов, а затем и вся многообразная экономическая и культурная жизнь. Все это должно показываться на фоне тех задач, которые решает народ обретшего независимость государства, - демократического, светского и правового» [44, с. 30].

Во второй части своей книги ветеран таджикской журналистики дает ценные советы молодым журналистам по информационным жанрам, методике сбора информации, относительно требований к информации (заметке). Для подтверждения своих рекомендаций О. Соболев приводит примеры из практической деятельности журналистов НИАТ «Ховар» [44, с. 35-36].

В качестве одного из приоритетных направлений деятельности НИАТ «Ховар» серьезное внимание уделяется повышению эффективности работы корреспондентской сети. В настоящее время собственные корреспонденты агентства плодотворно работают в Горно-Бадахшанской автономной области (4 человека), Согдийской области (5 человека) и в районах республиканского подчинения (4 человека).

Впервые в истории Таджикистана начала работать сеть собственных корреспондентов за рубежом. Следует отметить, что на протяжении более чем 80 лет (с 1924 года) ни один собственный корреспондент какого-либо СМИ не работал за рубежом.

В 2005 году приступили к работе собственные корреспонденты НИАТ «Ховар» в европейской части СНГ (2 человека), Европейском Союзе (1 человек) и в регионе Среднего и Ближнего Востока (1 человек). Кроме того, с 2014 года созданы специальные отделения НИАТ «Ховар» в регионах Южной и Юго-Восточной Азии (Пакистан, Индия, Китай, Афганистан).

В сентябре 2015 года три собственных корреспондента НИАТ «Ховар» прошли аккредитацию при министерстве иностранных дел Российской Федерации и в соответствующем управлении при Премьер-министре Турецкой Республики.

В 2015 году НИАТ «Ховар» отметил свое 90-летие. В связи с этим юбилеем на сайте были опубликованы ряд материалов о роли и месте данного информационного агентства в информационном пространстве страны и мира. В том числе были опубликованы материалы бывших директоров НИАТ «Ховар» – З. Ш. Сайидзода и С. З. Шамсуддинзода.

В своем интервью ««Ховар» – школа воспитания и роста журналистов» З. Ш. Сайидзода, в частности, отмечает, что «высокий политико-правовой статус, хорошие условия работы творческого состава, 90-летний опыт, удобное расположение его основного офиса в политическом центра столицы, назначение достойных руководителей из числа профессиональных кадров сферы являются основными факторами и движущей силой успешной работы национального агентства. Они создали прочные условия для того, чтобы НИАТ «Ховар» превратился в хорошую школу воспитания и роста молодых журналистов. Дальнейший успех «Ховара» зависит от того, что отмеченные факторы до какой степени могут быть правильно применены и использованы» [89].

С. Шамсуддинзода, отмечая свой опыт работы на НИАТ «Ховар», пишет: «Из почти восьмилетнего опыта руководства в НИАТ «Ховар» с уверенностью можно сказать, что сегодняшний потенциал творческого и технического состава агентства, отвечает требованиям современного информационного агентства и совмещаются с высокой ответственностью. В течение разных лет в агентстве работали компетентные и умелые журналисты, опыт которых имело положительное воздействие последующим поколениям. В их числе можно назвать директоров агентства – Зайниддина Насриддинова, Набиджона Каримова, Зафара Сайидзода, творческий состав – Олега Соболева, Абдурахмона Абдуманнонова, Мадорифа Шарифзода и ряда других, которые многие годы плодотворно работали в «Ховаре» и передали свое мастерство молодому поколению. 90-летний опыт является

одним из важных факторов для превращения НИАТ «Ховар» в школу воспитания и роста молодых журналистов» [97].

Таким образом, НИАТ «Ховар» в качестве единственного официального информационного агентства играет существенную роль и занимает достойное место в системе СМИ Республики Таджикистан.

2.1. Специфика деятельности первого частного информационного агентства Таджикистана «ASIA-Plus»

Что касается частных агентств нашей страны, то наиболее успешным и популярным является информационное агентство «ASIA-Plus», являющееся составной частью одноименной медиагруппы. Медиагруппа включает в себя печатное издание, газету «Азия-Плюс», информационное агентство, издательский дом, телерадиокомпанию и независимую школу журналистики «Таджикистан – XXI век».

Министерство культуры, подводя итоги работы периодической печати республики за 2000 год, назвал «ASIA-Plus» самой оперативной и точной газетой. Год спустя, в 2001 году «ASIA-Plus» стала лауреатом премии Союза журналистов Таджикистана имени Абулькасима Лохути.

Газета «ASIA-Plus» выходит в формате А3 два раза в неделю, в понедельник и четверг, в объеме 16 и 26 страниц соответственно. Номер, выпускаемый по понедельникам, печатается с 2012 года. Два номера отличаются по двум признакам: а) по тематике и б) по объему.

«ASIA-Plus» – независимое информационное агентство Республики Таджикистан, работающее на информационном рынке страны с 1995 года.

Информационное агентство «ASIA-Plus» является одним из первых в Таджикистане независимых СМИ, начавших работу в глобальной сети Интернет. Согласно главной страницы «ASIA-Plus» (www.news.tj), агентство функционирует во всемирной паутине с апреля 2006 года. Оно является

одним из первых полноценных сетевых источников информации в Таджикистане.

«ASIA-Plus» – первое частное информагентство, появившееся в эпоху доминирования государственного агентства на информационном рынке. Таким образом, данное агентство впервые полноценно расширило внутренний диапазон сетевой журналистики Таджикистана.

Независимое информационное агентство Таджикистана «ASIA-Plus» было зарегистрировано в Министерстве юстиции РТ осенью 1995 года. В апреле 1996 года одновременно на русском и английском языках вышел в свет первый номер информационно-аналитического бюллетеня агентства. «ASIA-Plus» имеет собственную корреспондентскую сеть во всех регионах Таджикистана, а также в России, США, Великобритании. Сегодня информационными услугами агентства «ASIA-Plus» пользуются Администрация Президента Таджикистана, Парламент страны, министерства и ведомства, банки, крупные коммерческие структуры, все иностранные посольства, аккредитованные в Таджикистане, большинство работающих здесь международных организаций. Информационный портал www.news.tj (www.asiaplus.tj) по количеству посещений является безусловным лидером в интернет-зоне.tj.

Следует отметить, что деятельность информационного агентства «ASIA-Plus» пересекается с работой других структур медиагруппы, краткое рассмотрение которых необходимо для понимания особенностей его функционирования.

Общественно-политическая газета «ASIA-Plus» издается с января 2000 года. По итогам 2000 года «ASIA-Plus» была названа Министерством культуры Республики Таджикистан газетой самых оперативных и достоверных новостей, а по итогам 2001 года она была удостоена премии Союза журналистов Республики Таджикистан имени Абулькасима Лахути. Сегодня газета «Азия-Плюс» имеет самый высокий тираж среди

общественно-политических изданий страны и прочно занимает лидирующие позиции на газетном рынке Таджикистана.

Глянцевый журнал «VIPzone» является информационно-развлекательным приложением к газете «ASIA-Plus», издается с 14 марта 2008 года.

Радио ASIA-Plus (FM107) – первая независимая радиостанция Душанбе. Радиостанция вышла в эфир 9 сентября 2002 года, вещает 24 часа в сутки на таджикском и русском языках. Формат радио – информационно-музыкальный. Выпуски новостей – каждый час. Охват вещания – Душанбе и пригородные районы столицы.

ТВ-продакшн студия оснащена цифровым оборудованием DVСAM. Производит все виды видеопродукции – новостные сюжеты, документальные и учебные фильмы, рекламные ролики, музыкальные клипы. В то же время студия не обладает лицензией на вещание.

Независимая школа журналистики «Таджикистан – XXI век» – общественная организация, учрежденная журналистами «ASIA-Plus» в 1999 году. Школа является партнером медиагруппы «ASIA-Plus» по проведению обучающих программ. Ею проведено в столице и во всех регионах страны более 150 тренингов, семинаров, курсов практической журналистики и мастер-классов по повышению профессионального уровня таджикских журналистов. Школа осуществляет свою деятельность в тесном сотрудничестве с факультетом и отделениями журналистики различных вузов Таджикистана. В качестве тренеров Школой привлекаются опытные преподаватели медиагруппы, также журналисты ведущих СМИ из Таджикистана, России, США, Великобритании, ФРГ, Украины, Казахстана, Кыргызстана и других стран.

Домен asiaplus.org был зарегистрирован 1995 года, а само агентство начало работать с 2006 года. Риск создания информационного агентства в начале двухтысячных годов в Таджикистане был велик, поскольку общество

было не готово к восприятию информации, предоставляемой электронными источниками. Согласно статистике Internet World Stats, в 2000 году интернет-аудитория Таджикистана составляла пятьдесят одну тысячу шестьсот пользователей.

Из всех информационных агентств Таджикистана, «ASIA-Plus» имеет наиболее сложную внутреннюю структуру. Материалы агентства публикуются на различных веб-сайтах, которые образуют самостоятельную информационную сеть, предоставляющую пользователям возможность комментировать новости.

«ASIA-Plus» имеет собственный, вебсайт –news.tj, который пользуется большим спросом и по количеству читателей является бесспорным лидером в среде Таджнета.

Первый новостной материал Валентины Кондрашовой в жанре информационная заметка на вебсайте был размещен тринадцать лет назад 25 октября 2005 года. Заметка называется «Уровень воды в Сарезском озере ежедневно снижается на 1-2 см – М. Зиёев». Приведем полностью текст этой небольшой заметки:

«Душанбе. 25 октября. «Азия-Плюс» - /Валентина Кондрашова/ – В настоящее время уровень воды в Сарезском озере по сравнению с 1994 годом поднялся на 1 метр 91 см.

Это стало результатом большого количества выпавшего снега прошлой зимой и таяния ледников летом. По словам министра по ЧС и ГО РТ Мирзо Зиеева, в результате таяния снега образовалось 42 ручья, которые стекались в озеро.

Однако министр отметил, что никакой угрозы это не представляет, так как ручейки в настоящее время уже высохли, и уровень воды ежедневно снижается на 1-2 см» [133].

С того времени и по сей день материалы вебсайта готовятся командой профессионалов и служат источником качественной информации. Вебсайт

имеет такие же разделы и рубрики, как и газета «ASIA-Plus», однако гипертекст расширяет пространственные и временные возможности пользователя информагентства. Доступ к любым материалам «ASIA-Plus» является бесплатным.

Сайт информационного агентства «ASIA-Plus» начинается с рекламы. На самом верху страницы сайта размещена реклама. После рекламы размещена текущая дата, прогноз погоды, языки на котором публикуются материалы сайта, а также ссылка на социальные сети.

После на левой стороне красными буквами на английском языке написано: «Mediagroup Tajikistan ASIA-Plus»². Под этим заглавием размещены названия обновленных рубрик сайта:

«Главное», «Таджикистан», «Центральная Азия», «Мир», «Стиль жизни», «Спорт», «Мнения», «Мигрант», «Спецпроекты».

Под первым пунктом, т.е. пунктом «Главное» идут:

«Сюжеты»,

«Таджикско-узбекская перезагрузка».

Затем с левой стороны под рубрикой «Новости дня» идет лента новостей по часам и минутам. В ленте новостей 7 свежих новостей, после седьмого материала размещен пункт «Все новости». При входе на этот пункт высвечиваются все новости сайта.

По центру размещены название и начало текста одного из новостей. Например, 21 мая 2018 года был размещен текст из рубрики «Общество» под названием «Рамазан-2018: «Савоб» не для базара?».

Справа и снизу размещена реклама.

Внизу и почти до конца сайта размещены названия, лид и фото новостей с отметкой рубрики. Следует отметить, что новости автоматически перемещаются, как «бегущая строка». Между ними размещается очередная реклама.

² Здесь и далее на сайте отмечены без кавычек.

Справа размещена рубрика «Новости компаний» с пятью новостями, остальные находятся в архиве «Все новости компаний».

В конце размещены материалы из рубрики «Специальные проекты». На 21 мая 2018 года были размещены четыре материала:

- «Салом, соседи!»;
- «Я – женщина, и я могу!»;
- «Ваш личный юрист»;
- «Старый Душанбе».

В самом конце сайта размещены справочные материалы следующего содержания:

Слева на английском: «Mediagroup Tajikistan ASIA-Plus»

Снизу на русском и английском: Медиа группа ASIA-Plus [Душанбе, Таджикистан].

Внизу идет памятка следующего содержания:

«Все права защищены. Воспроизведение или распространение материалов сайта в любой форме только с письменного разрешения руководства медиагруппы».

От центра и вправо размещены следующие справочные рубрики для помощи читателю:

О нас | Редакция | Реклама | Подписка | Связаться с «АП» | Вакансия |
Помощь сайту |

Изначально «ASIA-Plus» позиционировало себя в информационно-аналитическом формате. Эта направленность сохраняется в качестве одной из основных и в формате информационного агентства. Дизайн агентства выполнен в чёрно-белой гамме с преимущественно тёмным оформлением, название сайта ярко-красного цвета. Также можно сказать, что дизайн агентства весьма красочный и привлекает интерес пользователя, что отличает данное информагентство от многих других республиканских агентств.

Агентство охватывает большой спектр массовой аудитории в количестве интересующей потребителя информации, также имеет много разделов и подразделов.

Разделы сайта информагентства(до обновления): «Политика», «Экономика», «Безопасность», «Общество», «Ислам», «Регионы», «Центральная Азия», «Мир Таджикистан».

Ныне ряд из этих рубрик стали подразделами созданной большой рубрики «Таджикистан», который разделен на следующие направления: «Власть», «Политика», «Экономика», «Безопасность», «Происшествия», «Правопорядок».

Как видим раздел «Экономика» стал подразделом, появились новые подразделы – «Власть», «Происшествия», «Правопорядок», а такие рубрики, как «Ислам», «Регионы» и «Мир Таджикистан», исчезли, точнее трансформировались в структуре других рубрик.

Бывший раздел «Экономика» включал в себя следующие подразделы: «Статистика», «Экономика», «Аграрный Сектор», «Строительство», «Транспорт», «Туризм», «Энергетика», «Промышленность», «Финансы/Банки», «Мнение», «Рогун», «Сотрудничество», «Новости компаний», «Hi-Tech».

Раздел «Экономика» обновляется очень активно. В период с 28 по 30 апреля 2014 года в нём опубликовано не менее двадцати новостей.

Несмотря на это, новости в категории «Общество» количественно превосходят другие разделы. В четверг 7 мая 2014 года в данном разделе было опубликовано тринадцать материалов – больше, чем в любом другом. Максимальное количество публикаций в период с 5 по 9 мая 2014 года – семнадцать (8 мая). Учитывая обширный спектр предоставляемой «ASIA-Plus» информации, явное доминирование материалов социальной направленности указывает на то, что новости данной категории в Таджикистане наиболее распространены и востребованы.

Раздел «Безопасность» создан для освещения стихийных или просто происшествий, криминальных новостей, расследований и включает в себя следующие подпункты: «Оборона/Граница», «Закон и Порядок», «Сотрудничество», «Коррупция», «Безопасность», «Стихия/Происшествия», «Мнение».

«ASIA-Plus» широко освещает новости данной направленности. Отследить количество публикаций за разные дни оказалось трудной задачей, поскольку материалы сразу отправляются в архив и максимальный временной отрезок доступности информации – ближайшие один, два дня. За 17 февраля 2014 года на сайте было опубликовано десять материалов, что, безусловно, указывает на активное заполнение раздела.

Раздел «Регионы» по сравнению с вышеперечисленными разделами имеет меньшее количество подразделов, но по отношению ко всем рубрикам информагентства «ASIA-Plus» находится на средней ступени по количеству подразделов, к которым относятся: «Хатлон», «РПП», «ГБАО», «СОГД».

«Регионы» – раздел, задачей которого является освещение новостей со всех областей страны. В период с 3 по 28 февраля 2014 года количество публикаций составило всего 13. По сравнению с разделом «Экономика» или «Безопасность» это очень мало.

Другой раздел «Центральная Азия», который состоит из одноименного подраздела – «Центральная Азия». Из названия раздела очевидно, что на его страницах представлены новости Центрально-Азиатского региона. Логотип информагентства «ASIA-Plus» в дизайне этого ресурса также присутствует. Верстка у страницы простая, но добавлены графические элементы, такие как сменяющиеся изображения возле текста основной новости сайта на момент посещения. Этот элемент присутствует также на сайте «Политика», посвященном той же теме, но с ярко выраженным политическим уклоном и контентом, состоящим преимущественно из аналитических статей.

Гамма раздела «Центральная Азия» расслабляющая: белый, синий и светло-зелёные оттенки. Рубрики данного сайта отличаются от любого раздела сети «ASIA-Plus», но имеют лишь один подраздел, который так и называется Центральная Азия, хотя, по нашему мнению, можно было бы в этот раздел включить несколько подрубрик, к примеру «Азия и мир», «Казахстан», «Кыргызстан», «Туркменистан». Было бы целесообразно новости в «ленте» расположить с указанием страны, к которой они относятся.

Некая консалтинговая компания в Таджикистане подготовила отчет, в котором утверждалось, что в стране всего 100 тыс. активных пользователей Интернет. Причем под «активными» имелись ввиду пользователи, зашедшие в сеть хотя бы один раз в месяц, и такая перспектива не устраивала журналистов медиагруппы. Другое дело—весь Центрально-Азиатский регион с 60-миллионным быстро растущим населением, с его экономическим потенциалом роста. Медиагруппа рассматривала этот проект как чистый экспорт на соседние рынки. Своего рода экспансия на весь регион. Более того, изучив рынок интернет-сайтов, выяснилось, что основные сайты центрально-азиатской тематики были представлены российскими и западными компаниями. А такой медиакомпания, которая базировалась бы в одной из стран Центральной Азии и покрывала все страны, не существовало. Это был почти пустой рынок, куда можно было вполне спокойно зайти и попробовать свои силы. Основатели медиагруппы нашли корреспондентов в нескольких городах Казахстана, в нескольких городах Узбекистана, в двух или трех городах Кыргызстана».

Рубрика «Общество», в отличие от всех остальных ресурсов «Азии-Плюс», содержит статьи, представленные в большом количестве подрубрик: «Спорт», «Миграция и безработица», «Столица», «Помощь», «Человек», «Здравоохранение», «Экология», «Мнение», «Потребительский сектор»,

«СМИ», «Сотрудничество», «Наука и образование», «Социальная защита», «Культур», «Общество», «Сочи 2014».

Каждая из подрубрик подразделяется наряд узконаправленных категорий, которые появляются в виде выпадающего меню при наведении на ссылку рубрики. Например, раздел «Сотрудничество» состоит из вкладок: «Россия», «США», «Китай», «СНГ», «Мировая экономика», «Азия», «Европа и Америка». Материалы под рубрики «Потребительский сектор СМИ» также делятся ещё по шести категориям: «Анализ», «Комментарии», «Интервью», «Рейтинги», «Отчёты» и «Обзоры». У пользователя при таком количестве навигационных элементов не должно возникнуть проблем с поиском интересующей его статьи. Цветовое оформление рубрики «Общество» и его дизайн схожи со всеми другими рубриками информагентства «ASIA-Plus». Многие элементы страницы синего или голубого цветов.

Статьи в сети «ASIA-Plus» публикуются несколько раз в месяц, хотя некоторые разделы могут не обновляться дольше. К примеру, в подрубрике «Мнение» нет публикаций за март, апрель и май 2014 года. Наиболее обновляемые разделы: «Человек» (пятнадцать публикаций с первого по шестое мая 2014 года) и «Интервью» (пять публикаций за март 2014 года).

Рубрика «Политика» имеет следующие подрубрики: «Мнение», «Власть», «Назначения», «Выборы», «Партии и Движения», «Заявления», «Политика» и «Сотрудничество».

Рубрика «Политика» представляет собой ресурс в формате информационного агентства, освещающий таджикские и наиболее яркие зарубежные политические события. Наличие изображений в каждой новости в «ленте», будь то иллюстрация, фотография или логотип, отличительная черта дизайна. В шапке ресурса расположена реклама. Среди основных разделов присутствует «Люди политики», который представляет собой некий сборник статей о наиболее известных политиках Таджикистана. В левой и правой колонках от «ленты новостей», помимо опросов, форм регистрации и

поиска, расположены блоки фото- и видеорепортажей. Слева расположено меню, позволяющее выбрать новости по видам темы, то есть можно задать на поиск интересующей темы. Частота обновления ленты – не менее десяти новостей в месяц. Дизайн сайта страницы прост и выполнен в стандартной вёрстке. В оформлении преобладают серый и лиловый цвета, основной фон белый, что позволяет охарактеризовать цветовую гамму, как расслабляющую.

Для комментариев был запущен отдельный ресурс «Мнение читателей», в котором публикуются сообщения от различных людей, но после предварительного рассмотрения и со строгим указанием имени и фамилии автора. За март 2014 года опубликовано двадцать шесть комментариев, за февраль – девятнадцать, за январь – двадцать девять. Это говорит о стабильном еженедельном обновлении рубрики. За другие периоды Среди комментаторов–журналисты, политологи простые читатели, некоторые пресс-службы.

В рубрике «Стиль жизни» собраны следующие подрубрики: «Мода», «Культура», «Еда», «Персона», «Путешествия» и «Афиша».

Другим своеобразным разделом сайта является «Спецпроекты», в котором сгруппированы материалы, посвященные определенному тематическому направлению. «Спецпроекты»– это специальный раздел, который нельзя назвать рубрикой, так как сгруппированные в нем материалы сами составляют самостоятельную рубрику.

Рубриками данного раздела являются: «UNDP» Сотрудничество», «Евросоюз», «История одной фотографии», «Таджикистан: поколение NEXT», «Kazakhstan», «ЭКО мы дожили», «На заработки суМOM», «Ремесла Таджикистана», «Новый год. Allinclusive», «Старый Душанбе», «Ваш личный юрист», «Я женщина, и я могу», «Салом соседи!», «Инновационный Таджикистан».

Первой рубрикой является «UNDP» Сотрудничество», которая появилась 29 октября 2010 года. В этот день в ней были размещены три материала: «Проект: Расширенная Европа: Содействие торговле для стран ЦА, Кавказа и Западного СНГ» [136], «Возрождение мертвого города» [135] и «Худжандский региональный офис ПРООН» [137].

Новыми специальными проектами данной рубрики являются «Инновационный Таджикистан» и «Салом, соседи!», которые являются отражением происходящих в обществе событий и изменений. К примеру рубрика «Салом, соседи!» посвящена дружественным таджикско-узбекским отношениям. Как отмечается, «его цель проста – помочь гражданам наших стран – Таджикистана и Узбекистана – лучше узнать и понять друг друга» [90].

Новости расположены блоками. Читатель может прочитать все лиды, но полные тексты доступны только при открытии материалов. Справа расположены различные медицинские рекомендации и руководства. Сайт оформлен в холодных тонах, белый фон – стандартная основа. Различные оттенки синего дополняют дизайн.

Пользователям предоставляется возможность отправлять собственные новости в редакцию. После процесса предварительного отбора, наиболее актуальные и важные сообщения публикуются в «ленте». «ASIA-Plus» фактически расширила, таким образом, объём информации за счёт граждан страны, способствуя тем самым развитию гражданской или народной журналистики. Данные, безусловно, должны проверяться на достоверность, поэтому большинство публикаций выходят с фотографиями с мест событий, сделанных с целью подтверждения фактов.

Кроме основных разделов, информагентство «ASIA-Plus» запустило еще несколько собственных проектов, которым пока нет аналогов в Таджнете. Например, такой полезный ресурс как «Справочник», который активно используется пользователями в личных целях и профессиональными

журналистами, чиновниками в своей работе. Этот ресурс предоставляет основную информацию о различных компаниях, первых лицах государства, членах правительства, известных людях Таджикистана.

Ресурсы «ASIA-Plus», благодаря своему разнообразию, позволяют говорить об агентстве как о полноценном интернет-портале. В материалах агентства не указывается авторство, исключениями являются ресурсы «Политика» и «Экономика». Несмотря на предоставление пользователям части информации в свободном доступе и нескольких бесплатных сервисов (объявления), заметен преобладающий коммерческий интерес владельцев агентства. Одна из основных особенностей «ASIA-Plus» заключается в предоставлении пользователям доступа к некоторой части информации сайта газеты «ASIA-Plus» и многим материалам архива только по подписке. Объём информации за счёт широкого спектра тем позволяет агентству лидировать в сетевом информационном поле страны.

В настоящее время «ASIA-Plus» – самый посещаемый информационный ресурс в таджикском сегменте сети Интернет. По состоянию Согласно исследованию поведения и восприятия аудитории Таджикистана, проведенному компанией «M-Vector» в 2013 году, почти половина пользователей Интернета в стране предпочитает информагентство «ASIA-Plus» всем остальным (47,9 %) [73]. Такую доминирующую позицию данное СМИ занимало не всегда. В 2006 году оно уступало по популярности – только НИАТ «Ховар».

По состоянию на 8 октября 2018 года «ASIA-Plus» в списке рейтингов таджикских сайтов в разделе СМИ занимал 2 место и сейчас занимает доминирующую позицию среди не только информационных агентств, но и других сайтов представляющих средства массовой информации в глобальной сети [87].

«ASIA-Plus» способствовало восполнению информационного вакуума страны, что было обусловлено следующими факторами. Во-первых, на

данном этапе информационное общество было заинтересовано в независимом СМИ плюралистического характера, способствующем посредством предоставления альтернативной информации дальнейшей демократизации общества.

Таким образом, возникла необходимость в создании частного агентства, направленного на создание востребованных и релевантных материалов, примером которого стало информационное агентство медиагруппы «ASIA-Plus».

Во-вторых, с работой посольств различных государств и международных организаций в Таджикистане возросла потребность в информационных источниках на русском и английском языках.

Сегодня агентствам необходимо не только функционировать в конкурентной среде и обеспечить читателей информацией, но и отвечать требованиям потребителя. Одним из ценных правил агентства является уважение к аудитории, заведомо умной, способной самой делать выводы и анализировать полученную информацию.

Сайт news.tj содержит интерактивный архив (базу данных), в которой хранится информация предыдущих выпусков. Данный архив снабжен поисковыми программами, позволяющими по ключевым словам, дате и фамилии автора найти необходимые статьи.

Сегодня информационный рынок серьезно воздействует на тип, характер, содержание и внешний облик СМИ, специфический стиль изложения, разнообразные по жанрам и тематике материалы, правильное и уместное распределение материалов, фотоматериалы, изображения, размеры, дизайн, выбор шрифта, знаки, рисунки, графика и другие параметры стали отличительными компонентами сайта агентства «ASIA-Plus». Исходя из этого, агентство использует разнообразные приемы графического оформления текстов, различные по размеру и написанию шрифты, варьируется длина строк, интерлиньяж, используется жирный шрифт,

подчеркивание, курсив и т.д. Все это помогает ориентироваться в содержании, быстро находить нужный материал.

Основным направлением деятельности агентства, является производство оперативной событийной информации. Главный информационный продукт агентства – «Новости» передается в режиме реального времени и сообщает обо всех заслуживающих внимания событиях в Таджикистане, Центральной Азии, России, Иране, Афганистане, ближнем и дальнем зарубежье. «Новости» получают, прежде всего, радио и газета «ASIA-Plus», общенациональные и региональные газеты и телекомпании, агентства и иностранные дипломатические представительства в Таджикистане.

Существует ряд ежедневных выпусков, таких как «Экономика» – актуальная бизнес-информация, сообщения о законодательных актах, регулирующих экономические отношения, программы, статистика. В данном разделе сообщается также о банковской и финансовой деятельности. Этот информационный выпуск в основном носит экономический и финансовый характер, содержит обзоры, аналитическую информацию, экспертные оценки, оригинальные интервью и репортажи для служащих экономического сектора, банкиров, финансистов и дилеров.

«ASIA-Plus» ориентируется, как на внутреннюю аудиторию, так и внешнюю, которым нужна достоверная информация о республике. Такая ставка на альтернативность информации, а также на качество и оперативность помогает агентству занимать достойное место в сетевом информационном пространстве.

На современном этапе, информационное пространство Таджикистана нацелено, прежде всего на освещение внутренней и внешней политики, экономической и социальной задач, проблем обеспечения тепла, света и горючего, трудовой миграции, даже культурных и спортивных событий и ряда других актуальных тем.

Анализ материалов «ASIA-Plus» за 2011-2016 гг. показал, что основной целью агентства было доведение до широких кругов мировой общественности объективной и точной информации о процессах, происходящих в Таджикистане, а также формирование позитивного имиджа за рубежом и дружественного отношения к нему. Для сравнительного анализа и удобства иллюстрации в следующей таблице приведена тематика материалов «ASIA-Plus» в количественном отношении за первую декаду марта 2011-2016 гг.

Таблица № 3

Темы, освещаемые на сайте агентства «ASIA-Plus»	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2011- 2016
	КОЛ-ВО	КОЛ-ВО	КОЛ-ВО	КОЛ-ВО	КОЛ-ВО	КОЛ-ВО	кол-во / процент
внутренняя политика	4	5	6	1	3	6	235 / 16,7%
внешняя политика	2	5	1	9	1	5	273 / 18,6%
экономика, финансы	1	2	8	3	6	8	268 / 19,3%
социальные проблемы	9	4	9	5	5	1	203 / 14,1%
наука и культура	7	2	5	8	2	5	89 / 6,1%
спорт, здравоохранение	3		1	5		4	70 / 4,2%
право и криминал	9	1	5	7	9	5	186 / 13,0%

происшествия (катастрофы, аварии)	1	9	0	2	6	7	125 / 8,6%
	26	06	55	40	31	91	1449

Таким образом, анализ 1449 публикаций агентства только за первую декаду марта месяца 2011-2016 гг. показывает, что большую часть из них составляют материалы на внешнеполитические темы (18,6%). Ещё 235 публикаций, т.е. 16,7%, посвящены внутренней политике и характеризуются конструктивностью. Примерно столько же материалов (14,1%) посвящено социальным проблемам, что свидетельствует о социальной ответственности данного средства массовой информации.

2.2. Характерные черты освещения событий на сайтах частных информационных агентств «Avesta» и «Озодагон»

Из одиннадцати существующих в таджикском сегменте Интернета информационных агентств в нашей работе мы рассмотрели четыре ведущие и влиятельные. В предыдущих разделах данной главы мы проанализировали единственное в стране государственное информационное агентство «Ховар» и наиболее влиятельное частное информационное агентство «ASIA-Plus».

В данном разделе подвергнем анализу функционирование двух других ведущих и авторитетных частных информационных агентств – «Avesta» и «Озодагон».

Во-первых, указанные агентства в настоящее время объективно находятся в числе лидеров по цитируемости в других СМИ республики, а также зарубежных агентствах, в частности информацией агентства «Avesta», касающейся самых свежих и актуальных новостей Республики Таджикистан,

часто пользуются новости и рассылка новостей google.com. «Avesta» имеет собственный сайт в Интернете – avesta.tj, а «Озодагон» позиционирует себя как интернет-проект с двумя электронными адресами: ozodagon.com и catoday.org. Сайт «Озодагон» на таджикском языке www.ozodagon.com не обновляется в течение уже более двух лет, но действует и обновляется русская версия сайта - www.catoday.org.

Во-вторых, высокий уровень посещаемости этих сайтов (до 50 тыс. посетителей в день) является важным показателем их востребованности у обширной аудитории глобальной сети.

Информационное агентство «Avesta» начало работу на информационном рынке Таджикистана с 2004 года. Официально данное агентство начало выпускать новости и запустило первый свой сайт в марте 2004 года, но только через два месяца, а именно в мае стало работать в полноценном режиме.

Информационное агентство «Avesta» было создано в 2004 году на базе общественной организации «Кухи Нор». «Avesta» стало первым сетевым новостным ресурсом страны, так как до этого в Таджикистане не было ни одного информагентства, распространявшего свои новости через Интернет.

Новое агентство быстро получило свое признание и в первый же год своей деятельности было удостоено национальной интернет-премии «ТАНТИС» как лучший новостной интернет-ресурс страны в 2004\2005 гг.

Журналисты агентства аккредитованы при Администрации президента страны, Министерстве иностранных дел и Маджлиси Оли (парламенте), с агентством сотрудничают ведущие мировые информационные службы – Радио «Свобода» (RFE\RL) и BBC.

В настоящее время новостная база агентства располагает более 200 тысяч документов на русском и английском языках. Ежедневно агентство выдает 15-20 собственных новостей, многие из которых повторяются в СМИ стран СНГ.

В 2009 году при финансовой поддержке британского посольства в Республике Таджикистан был проведен редизайн сайта. В своей истории работа сайта также поддерживалась такими донорскими структурами, как: NED.org, Soros Foundation, IWPR.net.

«Avesta»— надежный источник новостей в Центральной Азии, передающий собственные новости о ситуации в Афганистане на русском языке.

Можно сказать, что агентство было создано «с нуля». На тот момент не было ничего, кроме идеи и желания. В этом плане история становления «Авесты» чем-то схожа с историей «ASIA-Plus».

Вопреки определенному мнению, что «Avesta» была создана на иностранные гранты, на самом деле создано все было на «таджикские» деньги. В частности, на кредит в 5000 долларов, взятый у местного ООО «Джасур» под 2% в месяц. Зафар Абдуллаев, учредитель информационного агентства «Avesta», взял и соответственно полгода регулярно выплачивал процент, о чем свидетельствуют архивные квитанции.

Первым делом нужно было найти место, где работать. В то время все печатные издания сидели и работали в газетно-журнальном комплексе, но информагентству «Avesta» это место было не очень удобно, потому что данное здание находится далековато от основных министерств и ведомств, которые являются главными источниками новостей.

«ASIA-Plus» как ведущее информационное агентство и фактически единственно «живое» из местных СМИ на тот период располагалось в центре и могло более оперативно передавать новости. Все стрингеры западных и российских агентств также снимали квартиры в центре. Исходя из этого, Зафар Абдуллаев поставил перед собой задачу также разместиться около проспекта Рудаки, но с почти нулевым бюджетом, что казалось задачей нереальной. Рассматривались все варианты, даже подвалы. Решение пришло быстро и неожиданно. По рекомендации знакомых

руководитель информагентства обратился к директору фирмы «Шамъ» Садриддину Мухаммедову, которая располагалась прямо сбоку от Национального банка, на проспекте Рудаки.

Сейчас все знают, что такое Интернет, а тогда даже сотрудники действующих информагентств плохо разбирались в этом. В информационном агентстве «ASIA-Plus» долгое время даже существовала отдельная позиция – «компьютерщик-админ», в задачу которого входило, в том числе отправка новостного пакета подписчикам по электронной почте, потому что другие сотрудники не знали, как это делать, так как в то время еще не освоили компьютер. Онлайн-рассылку обеспечить тогда не смогли, сперва пришлось рассылать новости по электронной почте» [58].

Первый сайт «Авесты» был запущен 3 марта 2004 года, и первым сообщением стала новость под заголовком «В Ашхабаде арестован журналист Аширкули Байриев» [104].

А в настоящее время сайт «Авесты» наряду с сайтом «ASIA-Plus» занимает ведущие позиции в рейтинге Таджнета [94].

Роль информационного агентства «Avesta» в истории сетевых СМИ Таджикистана заключается в том, что оно стало первым онлайн-агентством страны, которое стало делать новости и посылать их каждый час, а первыми читателями стали международные организации, которые их получали через e-мейлы. «Avesta» также первым запустило сайт, который рассылал новости по введенной в него базе данных получателей.

Через месяц появились первые платные подписчики, в основном международные организации и посольства – это ICRC, посольства США, Германии, Китая, Японии и т.п. Но самым первым подписчиком в истории информационного агентства «Avesta» стало частное лицо – (на тот момент стрингер радио) Нигора Бухаризаде.

2005-2006 годы были пиком для информационного агентства «Авесты», потому что оно меняло и улучшало свой сайт, наращивало

сервисы, и все конкуренты меняли вслед за нами все у себя. Агентство внедряло новые сервисы, и другие агентства делали то же самое. Оно применяло новые методы в работе, прилагая усилия опередить своих конкурентов, старалось держаться на равных, хотя по финансовым показателям и возможностями другие агентства были далеко впереди.

В 2011 году информационное агентство «Avesta» перешло под управление ООО «Мухаммад Билол». Генеральным директором в настоящее время является Джамшед Ульмасов.

В правой колонке сайта информационного агентства «Avesta» расположены гиперссылки, по которым читатель может перейти в интересующий его раздел. Всего ранее было двенадцать рубрик: «Рогун», «Власть», «Безопасность», «Бизнес», «Регионы», «Афганистан», «Россия», «Дипкорпус», «Общество», «Шоу и спорт», «Мединформационное агентство», «Телеком». Ранее меню рубрик было расположено слева.

После обновления сайта, помимо «Ленты новостей», осталось семь рубрик: «Политика», «Экономика», «Общество», «Безопасность», «Происшествия», «Культура» и «Спорт». Все они размещены по центру сайта.

С правой стороны первым расположилась рубрика «Обзор других сайтов», в котором размещаются интересные, на взгляд журналистов «Avesta», материалы других сайтов, таких как «РИА Новости», «Фергана», «Podrobno.uz», «РБК», «Газета.ру», «CA-News.org» и т.п. Через них посетители сайта знакомятся с материалами иных сайтов.

В рубрике «Политика» читатель найдёт множество сообщений обо всех происходящих в стране политических событиях, максимум фактов и деталей, как например: «В Будапеште прошли таджикско-венгерские политические консультации» (29 ноября 2016) [105], «Таджикистан принял участие в работе форума сотрудничества Китая и Центральной Азии» (26 ноября 2016) [178], «Официальный Кабул прокомментировал заявление талибов по CASA-

1000» (3 декабря 2016) [150], «Премьер-министр провел заседание Оргкомитета по подготовке к празднованию Дня национального единства» (14 января 2017) [165], «Таджикистан посетит федеральный министр Пакистана» (14 марта 2017) [177], «Таджикистан и Армения подписали девять документов о сотрудничестве» (15 июня 2017) [176], «Президент провел рабочее совещание с ответственными лицами» (21 мая 2018) [160], «Президент совершил рабочую поездку в район Темурмалик» (2 июня 2018) [161], «Президент Узбекистана подписал закон по узбекско-таджикской границе» (5 июля 2018) [163].

Затем идут рубрики «Мнения» и «Интервью». В рубрике «Мнения» сгруппированы авторские аналитические статьи на различные внутренние и международные темы. Главным автором этих статей является некий «Виктор Барсов, публицист». Мы говорим «некий», так как, возможно, это псевдоним. В качестве примера приведем названия некоторых его статей из данной рубрики: «Вашингтонский зондаж монгольского нейтралитета» (22 июня 2016) [103]; «Коварство и лицемерие вашингтонских властей» (22 августа 2016) [132]; «Атлантисты продолжают «играть» в войну» (27 февраля 2017) [102]; «Чем киевские националисты напугали Европу» (16 октября 2017) [186]; «Страны ШОС – за международный порядок и справедливый мир» (27 апреля 2018) [175]; «Страны ШОС – за дружбу и добрососедство» (11 июня 2018) [174].

В рубрике «Интервью» соответственно сгруппированы материалы, написанные в жанре интервью. Их особенностью является то, что в основном они взяты у послов иностранных государств. Приведем ряд примеров:

«Нейтралитет Туркменистана: политика мира, добрососедства и конструктивного сотрудничества» (9 апреля 2015) [145], «Дружбе наших стран быть вечной» (3 февраля 2016) [129], «Посол Беларуси в Таджикистане рассказал «Avesta» о перспективах сотрудничества» (1 июля 2016) [157], «Вооруженная вылазка Дональда Трампа против Сирии» (10 апреля 2017)

[113], «Полковник Назаров: «Большинство убийц известных личностей Таджикистана – воспитанники одной школы»» (23 августа 2017) [156], «Посол Турции: Мы готовы оказать содействие Таджикистану в развитии туризма» (28 февраля 2018) [158] «Отношения между Азербайджаном и Таджикистаном основаны на принципах взаимной дружбы и доверия, – Посол Азербайджана» (16 мая 2018) [148].

Ранее самыми заполняемыми рубриками на сайте «Avesta» – являлись «Власть» и «Общество». 13 февраля 2014 года в них было опубликовано восемь материалов. Для сравнения, в других рубриках количество материалов за этот день следующее: «Политика»– четыре, «Экономика»– шесть, «Шоу и спорт»– четыре, «Рогун»– две. В остальных рубриках либо по одному обновлению, либо же они вообще отсутствуют.

В период с 18 по 30 апреля 2014 года лидирующей рубрикой в будние дни являлся «Общество» с минимальным количеством публикаций 26 апреля (четыре) и максимальным 30 апреля (двадцать девять). Реже всех других рубрик обновляется «Рогун»: за март 2014 года публикации отсутствуют. В рубрике «Регионы» за апрель 2014 года были размещены девятнадцать роликов. Обычно на сайте публикуется один фоторепортаж в день, но в некоторые дни их количество достигает трёх. В период с 18 по 30 апреля 2014 года в будние дни рубрики «Экономика» (максимум – двенадцать материалов за 26 апреля, минимум – два за 24), «Политика» (максимум – восемнадцать материалов за 29 апреля, минимум – шесть за 19).

Авторство материалов на сайте информационного агентства «Avesta» указывается относительно редко. Наиболее часто в качестве автора указывается наименование организации: «Avesta».

Согласно статистике посещаемости «Avesta» в 2014 году, в каждом месяце на сайт информационного агентства заходило на двести-триста человек больше, чем в предыдущем, что показывает стабильность роста посещаемости. Так как уровень уникальных (новых) посетителей несколько

ниже, это означает, что пользователи, открывшие для себя сайт, постоянно возвращались. Некоторый спад наблюдался в ноябре 2015 года. Достаточно существенно был снижен показатель просмотров страниц, сократилось общее количество посещений. Однако это не повлияло на дальнейший рост популярности агентства, и в декабре 2015 года выросли уровни всех трёх основных показателей.

Несмотря на высокие показатели, отраженные в представленной на сайте «Avesta» презентации, согласно исследованию поведения и восприятия массовой аудитории Таджикистана 2012 года, проведенному компанией «M-Vector», данное информагентство не вошло в пятерку самых популярных информационных сайтов Таджикистана [72,73]. Однако агентство является конкурентоспособным по отношению к лидирующим информагентствам «ASIA-Plus» и «Озодагон», занимая наряду с ними одну из ключевых позиций в информационном пространстве страны.

Частное информационное агентство Таджикистана «Озодагон» было зарегистрировано в нескольких государствах бывшего Союза и за его пределами и приобрело статус регионального. Агентство было зарегистрировано в Таджикистане в 2011 году и открыло в Интернете свой сайт. Как было отмечено, в настоящее время агентство публикует новости только на русском языке, так как таджикская версия сайта не обновляется в течение последних полтора лет. В то же время не обновляемый сайт открывается, но последний его материал за 4 ноября 2017 года. В этот день в новостной ленте последними были размещены две заметки: в 09:49 часов – «Начало продажи смартфонов iPhone 8 и iPhone 8 Plus» [143]; и в 10:09 часов – «Переговоры об усилении охраны государственной границы между Таджикистаном и Афганистаном на встрече Эмомали Рахмона и парламентской делегации Европейского Союза». На главной странице эта заметка не открывается, необходимо в первую очередь войти в рубрику

«Последние новости», и уже там можно прочитать весь текст, перевод которого в качестве примера приведем здесь:

«4 ноября 2017 года, 10:09. Эмомали Рахмон, президент Таджикистана встретился с делегацией Европейского парламента. По информации пресслужбы Президента Таджикистана эта встреча состоялась во второй половине дня 3 ноября. Источник сообщает, что главой делегации Европарламента является госпожа Иветта Григулле Петерс. Эта делегация прибыла в Душанбе для участия на 6 заседании Комитета межпарламентского сотрудничества между Таджикистаном и Европейским Союзом.

Во время встречи были рассмотрены сотрудничество Таджикистана с Европейским Парламентом, вопросы развития межпарламентского сотрудничества, а также результаты шестого заседания Межпарламентского комитета Европейского Союза и Республики Таджикистан, - сообщает пресслужба Президента. Эмомали Рахмон назвал Европейский Союз одним из важных партнеров Таджикистана на международной арене и выразил удовлетворение сегодняшним уровнем разноплановых отношений: «Стороны назвали социально-экономические, культурно-гуманитарные и политические сферы перспективными направлениями сотрудничества. Было отмечено эффективно использовать возможности в таких сферах, как здравоохранение, образование, развитие села, производственный сектор экономики, в том числе энергетики, транспорта и сельского хозяйства» - сообщает источник.

На встрече было подчеркнуто, что Таджикистан заинтересован в дальнейшем расширении связей Европейского Парламента в таких вопросах, как усовершенствование парламентаризма, верховенства закона, прав и свобод человека и развития демократических реформ. Вовремя встречи также были рассмотрены вопросы совместной борьбы с глобальными угрозами, усилении защиты государственной границы Таджикистана с

Афганистаном, продолжении сотрудничества в рамках программ БОМКА и КАДАП» [152].

«Озодагон» преимущественно создано по той же модели, что и большинство других частных информационных агентств республики. В структуре сайта «Озодагон» заметно определенное влияние других ресурсов, но существуют и свои оригинальные рубрики, например, рубрика «Кто есть кто?». После смены дизайна в апреле 2013 года одна из основных отличительных особенностей «Озодагон» была упразднена: посетителям сайта изначально было разрешено добавление комментариев.

Сайт «Озодагон» схож с ресурсами других информационных агентств Таджикистана: первоначально размещение материалов осуществлялось в трех колонках, центральной из которых являлась «лента новостей». В конце апреля 2013 года агентство изменило своё оформление, изменилась и рубрикация. «Лента новостей» теперь расположена слева и стала несколько шире, меню сайта и все дополнительные блоки находятся справа. Каждая новость от «Озодагон» сопровождается фотографией или иллюстрацией. В правой колонке ранее публиковали свои материалы колумнисты, теперь их статьи располагаются во встроенном блоке в «Ленте новостей» вместе с подборкой под грифом «Ваша трибуна» (по два в каждой из рубрик).

До внедрения нового дизайна в шапке сайта информагентства «Озодагон» всегда были определены «новость часа» и «новости дня». Благодаря привлекающим зелёному и белому тонам вставок взгляд читателя в первую очередь сосредотачивался на них. Теперь в нижней части страницы присутствуют новые разделы: «Новости Таджикистана», «Новости мира», «Центральная Азия», «Политика», «Фото и Видео», «Культура», «Молодёжь и спорт», «Интервью дня», «Частное мнение», «Ваша трибуна».

Все они являются разделами, дополняющими сайт, но основных рубрик тоже немало. Можно выделить следующие рубрики: «Центральная Азия»,

«Репортаж», «В мире», «Политика», «Экономика», «Общество», «Молодёжь», «Наука и техника», «Кто есть кто?»).

Информационные агентства подают читателю свои новости в достаточно однообразном ключе. Ракурс публикаций выбирается исходя из того, что читателю наиболее интересно узнать. Журналисты различных агентств могут по-разному осветить прозвучавшие высказывания спикеров с одной пресс-конференции, но в большинстве случаев они предоставляют схожую информацию. Периодически совпадают и заголовки материалов. Информация, присланная из официальных структур, и документы публикуются в необработанном виде. Все агентства работают по данной схеме, но у каждого из них есть дополнительные разделы, имеющие определенные отличия – рубрики, которые не дублируются. Информационное агентство «Озодагон» богато на них. И это наиболее интересная составляющая данного ресурса.

На главной странице информагентства новости подаются также и в формате видеороликов. В отличие от других агентств Таджикистана, которые периодически размещают видео, «Озодагон» делает это относительно регулярно, что позволило стать визитной карточкой агентства. На сайте публикуется две-три видеонОВОСТИ ежедневно. Это подтверждает теорию о развитии новой тенденции в информационном пространстве Интернета, когда видеорепортажи и интервью уживаются со стандартной письменной формой подачи новостей.

Следующий подпункт главной страницы информагентства «Самое обсуждаемое» выделена для обзоров. Авторы агентства собирают наиболее значимые новости за день или за неделю в единый материал. Публикации могут быть удобными для людей, которым интересно, что происходило в последнее время в стране, но по каким-то причинам они не могли это сделать раньше, либо не хотели отслеживать.

Рубрика «Кто есть кто?» – еще один раздел сайта, полностью состоящий из материалов, представляющий собой подборку интервью с приглашенными в студию политиками, видными деятелями Таджикистана. Здесь даётся точная биография известных людей. Гости отвечают на вопросы читателей информагентства, что добавляет элемент интерактивности в структуру информагентства. Эффект сближения аудитории со СМИ отражается положительно, являясь серьёзным шагом в сторону телевидения.

«Политика» не является оригинальной рубрикой, но насыщена материалами. Идея была первоначально реализована «ASIA-Plus» и некоторыми другими информационными агентствами. Информация, публикуемая в этой рубрике, отличается, прежде всего, своей оперативностью.

«Озодагон» освещает в основном наиболее крупные события. В рубрике присутствует аналитика, например, касающаяся периода выборов президента Республики Таджикистан в прошедшем году, и новости – например, материал с заголовком «Почему не пришли избиратели?». Можно найти и критику, а также портретные интервью с представителями некоторых партий (статья «Очень странная статистика» или «Креативу маловато!»). Наблюдаются несколько уведомительных материалов для избирателей. Раздел не является часто обновляемым.

В рубрике «Интервью» свои материалы публикуют различные авторы, не являющиеся штатными журналистами информационного агентства. Более того, они могут не быть профессиональными журналистами. Обязательным правилом является постоянное ведение авторской колонки, которая трансформировалась в достаточно распространенный способ подачи информации после развития и популяризации блогосферы. Колонки напоминают по структуре блоги определенных людей, но внутри информационного агентства, что автоматически повышает репутацию материалов. «Озодагон» и «Avesta» – два информационных агентства

Таджикистана, которые имеют рубрику «Интервью», что сближает их с другими платформами блогов Таджикистана – «Taboo» и «Kloop», которые специализируются на авторских колонках и блогах. «Озодагон» снимает с себя ответственность за публикации некоторых материалов, что указывается в двух предложениях на странице.

Рубрика «Молодёжь» напоминает по внутреннему содержанию «Молодёжь и спорт», но все материалы поданы в текстовом виде и темы определены более чётко. Представители молодёжи Таджикистана комментируют актуальные события в стране, отвечают на вопросы по важным преобразованиям в различных сферах.

Ещё одна любопытная рубрика «Озодагон» – «Частное мнение». В ней публикуются развлекательные материалы, что не свойственно информационным агентствам Таджикистана. Причём в данном разделе не всегда публикуются авторские материалы журналистов агентства, чаще всего – найденные на просторах Интернета и написанные как простыми пользователями, так и экспертами в различных направлениях. Подзаголовок рубрики гласит: «Только самое интересное». Материалы действительно подобраны с расчётом на то, что пользователь обязательно пройдёт по ссылке. Есть всё. От различных хит-парадов и результатов исследований до фотографий привлекательных интерьеров со всего мира.

Очередная рубрика, не свойственная многим информационным агентствам, – «Репортаж», в которой собраны «слухи, интересные и необычные факты, неформатные сообщения и информация», как указано на сайте. Рубрика представляет читателям обзор прессы – как отечественной, так и зарубежной, а потому содержит элементы дайджеста.

Создатели информационного агентства «Озодагон» постарались сделать упор на оригинальность при верстке сайта. Дизайн ресурса внешне напоминает газету, но с внедрением элементов, возможных для использования только в Интернете. Например, первая новость вверху

страницы меняется каждые несколько секунд, чтобы пользователь мог выбрать, что он хочет прочитать. К каждой новости есть фотография или иллюстрация, что отличает «Озодагон» от «Avesta». В целом, между этими двумя агентствами мало сходства, но оно есть. Как и на официальном сайте «Avesta», меню рубрик также расположено в две строки. Как и там, на главной странице сайта «Озодагон» присутствует много опросов. Можно сделать вывод, что новые агентства постарались взять, на их взгляд, лучшие элементы от своих предшественников, но для того, чтобы отличаться, ввели некоторые новшества. «Озодагон» в этом, пожалуй, преуспел, поскольку формат видеоканала может стать очень распространенным явлением уже в ближайшие годы.

Таким образом, в информационном пространстве Республики Таджикистан из числа информационных агентств, четыре из них – НИАТ «Ховар», «ASIA-Plus», «Avesta» и «Озодагон» занимают ведущие позиции и определяют особенности развития электронных новостных ресурсов страны.

Заключение

Развитие глобальной сети Интернет в Республике Таджикистан привело к становлению интернет - журналистики, через появление сетевых изданий разнонаправленного характера. Среди этих сетевых изданий по наполняемости, обновлению и оперативности ведущее место занимают сайты информационных агентств. Эти качества особенно проявляются в оперативной подаче текущей информации и поминутного обновления ленты новостей. На наш взгляд, в данном случае свое влияние оказывает «досетевой» (если так можно выразиться) опыт информационных агентств, накопленный за многие десятилетия в качестве вспомогательного средства информации оперативно снабжающих новостями газеты, радио и телевидение. Этот опыт, особенно НИАТ «Ховар», был перенесен в электронный формат, который в соответствии с требованиями интернет – журналистики год от года развивался и шлифовался. Это мы можем наблюдать, сравнив материалы первых лет из архива сайтов информационных агентств, с нынешними материалами. Их сравнительный анализ показывает, что качество материалов с точки зрения размещения ленты новостей на сайте, подачи информации, языка, рубрицирования, жанровой палитры и т.д. постепенно эволюционировали и совершенствовались.

На современном этапе развития СМИ информационные агентства являются основными источниками текущих новостей. Информационных агентств существует множество, каждое из них специализируется на предоставлении доступной им информации, обеспечивая здоровую конкуренцию на информационном рынке. Основная цель информационных агентств – предоставление информации, причем наиболее оперативной и достоверной.

В настоящее время в Таджикистане действует одиннадцать зарегистрированных информационных агентств и конкуренция между ними влияет, не только на основные направления развития и совершенствования их деятельности, но и функционирования других видов средств массовой информации и коммуникации в целом.

Проведенное исследование выявило, что главными принципами работы информационных агентств Республики Таджикистан, остаются оперативность, объективное и достоверное освещение событий в жизни республики.

Таким образом, в результате проделанной работы были сделаны следующие выводы:

1. Общественную жизнь невозможно представить без упорядоченного движения информации, отражающей процессы и явления, имеющие место в ежедневной жизни людей. Информация в современном мире есть серьёзный стратегический ресурс и один из ведущих факторов развития социума. Информация требует к себе серьезного отношения, поскольку является интеллектуальным достоянием страны и ее граждан, ресурсом общества, который не должен расходоваться неэффективно.

2. Информационные агентства всегда играли значительную роль в системе СМИ любой страны, являясь ее важной составляющей, но на современном этапе развития мировой журналистики их роль существенно возросла.

3. Информационные агентства во всех странах, в том числе и в Республике Таджикистан, это крупные корпоративные организации, занимающиеся поиском, накоплением и распространением информации. Функционирование агентств ориентировано на сбор новостей. Повышенный интерес к свежести информации связан с эффективным и целенаправленным использованием точной

оперативной информации, для решения проблем динамичного развития общественности, что, в свою очередь, является условием устойчивого развития человечества в третьем тысячелетии.

4. Средства массовой информации являются одним из важнейших социальных институтов Республики Таджикистан, функционирующих в едином информационном пространстве. В свою очередь информационные агентства, как часть системы СМИ страны занимают свое определенное место в информационном пространстве страны.

5. Сетевые издания становятся одним из основных источников информации в Таджикистане. Сайты информационных агентств являются важнейшим сегментом новостных сетевых агентств.

6. История зарождения информационных агентств в Таджикистане тесно связана с историей российских информационных агентств, прежде всего с Телеграфным Агентством Советского Союза - ТАСС.

7. В историческом срезе информационные агентства Таджикистана подразделяются на два этапа: советский период и период независимости.

В период с 1925 по 2001 год, в стране функционировало одно информационное агентство - «Ховар» («Таджик-ТА»). Оно по сей день является единственным государственным агентством страны. С 2001 по 2010 годы, в Таджикистане появились несколько частных информационных агентств, среди которых ведущими являются: «ASIA-Plus», «Avesta» и «Озодагон».

8. В условиях независимости и демократизации в Таджикистане развивались в основном частные агентства, пик этого развития пришёлся на 2004-2011 годы, когда зона охвата населения с возможностью доступа в Интернет существенно увеличилась.

9. Информационные агентства Республики Таджикистан охватывают весьма обширный спектр услуг по сбору, созданию, предоставлению и обработке информации. Виды и сфера предоставляемых услуг зачастую определяются размерами агентства (количество корреспондентов, редакций, представительств) и политикой руководства.

10. Охват глобальной сетью всего мирового информационного пространства трансформировало информационное агентство в самостоятельный вид СМИ, так как Интернет дает им возможность прямой выход к своей аудитории. Ныне информационные агентства не только выполняют свою прежнюю роль, т.е. снабжают информацией другие СМИ, но уже непосредственно, через свои сайты предоставляют читателям собранные ими новости.

11. Прежний Закон Республики Таджикистан «О печати и других СМИ», принятый 14 декабря 1990 года признает средством информации сообщения информационных агентств. Вместе с тем новый Закон Республики Таджикистан «О печати и других средствах массовой информации», принятый 19 марта 2013 года в своем определении информационного агентства предусматривает за ним не только сбор, разработку и подготовку информации, но также ее публикацию. Публикацию информации разнообразной по тематике и жанру современные информационные агентства, в основном, осуществляют самостоятельно, через собственные интернетовские сайты на которые читатель может обращаться напрямую. Они выходят на массовую аудиторию именно в качестве сайта конкретного информационного агентства, и их необходимо различать от других онлайн-изданий, как электронная газета или же электронных версий периодической печати.

12. Пользователи Интернета узнают о событиях в своей стране и в других странах мира в основном по четырем направлениям сетевых информационных ресурсов, которые формируют текущие новости: из сайтов информационных агентств; из электронных версий периодической печати; из сайтов телевизионных и радиальных каналов, а также из телерадиоканалов вещающих только через Интернет; из сайтов сугубо электронных газет и журналов, т.е. у которых нет печатной версии; из других новостных Интернет-ресурсов. Эти направления сетевых информационных ресурсов наглядно показывают не только трансформацию традиционных СМИ, но также и взаимопроникновение самих электронных СМИ, т.е. присутствие радио и телевидения в форме сайтов и порталов в Интернете, а также «чисто» интернетовские радио и телевидения.

13. Информационные агентства Таджикистана действуют в двух направлениях: а) снабжают оперативной политической, экономической, социальной, культурной информацией редакции газет, журналов, телевидения, радиовещания; б) в качестве самостоятельного средства информации выходят непосредственно на массовую аудиторию через свои сайты в глобальной сети Интернет.

14. Развитие как государственного, так и частных информационных агентств тесно связано с внедрением и развитием в Таджикистане глобальной сети Интернет. Динамичное развитие Интернета породило новый вид профессиональной деятельности в системе средств массовой информации, интернет-журналистику

15. В Таджикистане за короткий период времени резко возросло количество пользователей сети Интернет. Развитие онлайн-журналистики в Республике Таджикистан в первом десятилетии двадцать первого века способствовало росту сетевых информационных ресурсов в стране. По данным, Агентства по статистике при

Президенте Республики Таджикистан количество пользователей Интернета по стране по состоянию на 1 января 2018 года составило 2 миллиона 472,7 тысяч абонентов. Эта цифра говорит о том, что ныне население страны свежие новости наряду с телевидением узнает через Интернет.

16. Большинство официальных онлайн-источников информации используют в своём названии домен первого уровня Таджикистана «.tj». Таким образом, сайты позиционируют себя как неотъемлемую часть Таджнета.

17. Интернет как основной канал распространения информации современного информационного агентства позволил ему трансформироваться из организации, снабжающей различные редакции информацией, в самостоятельный тип СМИ. Это подтверждается популярностью в рейтингах, наличием обширной целевой аудитории и жанровому разнообразию, свойственному печатным СМИ.

18. Неуклонный рост аудитории Таджнета и технологическая упрощенность потребления информации в сети позволяет говорить о возможном вытеснении онлайн-ресурсами печатных изданий на рынке СМИ Таджикистана. За последние годы по экономическим причинам из рынка исчезли ряд частных газет, как «Нигох» и «Миллат». Помимо того стоимость периодических изданий резко подорожало.

19. Анализ контента информационных онлайн-источников в стране показал, что самой заполняемой рубрикой во всех ведущих информационных агентствах является «Общество». Специализированные информационно-аналитические порталы смещают вектор, как правило, в сторону политики. Анализ наполняемости сайтов информационных агентств, как сегмента Таджнета показывают, что онлайн-аудиторию в Таджикистане

интересует, прежде всего, социальная информация, способная каким-либо образом повлиять на жизнь социума.

20. Исходя из такого интереса, информационные агентства Таджикистана активно освещают все стороны социальной и политической жизни общества, как заседания парламента, выступления и послания Президента Республики Таджикистан, поездки Главы государства по стране и зарубежью, приезд глав других государств и т.п.

21. Новости информационных агентств распространяются также через социальные сети, что говорить об их взаимодействии. Сайты рассматриваемых в данной работе информационных агентств, в конце каждого материала дают возможность пользователям поделиться понравившимся им текстом на своей страничке в социальных сетях, как Фейсбук, Твиттер, В Контакте, Одноклассники и т.д.

22. Исследование позволило выявить, что четыре самых популярных сетевых изданий в Таджикистане (сайты информационных агентств – «Ховар», «ASIA-Plus», «Avesta» и «Озодагон») обладают наиболее высокой наполняемостью контентом, что является неоспоримым фактором популярности. Аудитория предпочитает источники, наиболее подробно и широко освещающие события и предоставляющие максимально возможное количество информации.

23. По целевому назначению информационные агентства – «Ховар», «ASIA-Plus», «Avesta» и «Озодагон» относятся к универсальному типу информационных агентств, так как они освещают широкий спектр направлений и охватывают практически все темы, касающиеся общественной жизни, как внутри страны, так и за ее пределами.

24. В Таджикистане вероятен рост популярности информационных сообщений в формате фото и видеоматериалов. На

сегодняшний день несколько информагентств используют данную технологию, не придавая ей обязательного значения. Количество видео на этих ресурсах уступает телеканалам. Кроме того, не на каждом из этих ресурсов предоставляются видеоматериалы, подготовленные их сотрудниками.

25. Информационные агентства имеют ряд сходств в рубрикации, оформлении, общей структуре официальных сайтов, а также в стиле написания материалов. Несмотря на общие черты, каждое агентство Таджикистана отличается друг от друга. Агентство «Ховар» - государственное, с простым и удобным оформлением сайта. Видно, что НИАТ «Ховар» в техническом плане превосходит другие агентства.

26. Информационно-аналитические порталы объединяет стремление к анализу различных процессов не только в Таджикистане, но во всем регионе Центральной Азии. В этом плане особо выделяется информационное агентство «Озодагон» позиционирующей себя, не только как таджикское, но также региональное агентство. В паспорте этого агентства, в частности отмечается: «Озодагон» независимое информационное региональное агентство, которое зарегистрировано в нескольких государства бывшего Союза. Агентство зарегистрировано в Таджикистане и Кыргызстане». Рубрики сайта отражают страны двух регионов: Центральную Азию и Ближний Восток. Материалы соответственно сгруппированы по отдельным странам этих регионов.

27. Типологические параметры периодической печати, радио и телевидения, в целом могут быть применимы и к информационному агентству, как самостоятельному типу СМИ. Характерны они также таджикским информационным агентствам по праву занимающие свое отдельное место в системе СМИ страны.

28. Типологический признак «тираж» в системе типологии сетевых изданий утратил актуальность. Его целесообразно заменить на «популярность» или «посещаемость» веб-ресурса, поскольку именно этот признак служит сегодня индикатором популярности онлайн-изданий. «Объём» целесообразнее трансформировать в «обновляемость» по причине отсутствия ограничений в хранении информации в современной концепции онлайн-издания.

29. Перечень жанров материалов всех агентств схожи, подавляющее количество, которых представляют собой информационные заметки в качестве новостей. В рассматриваемых в нашей работе информационных агентствах новостной материал подается в удобной и адаптированной форме, с учетом потребностей потребителей, ограниченных во времени

30. Разнообразие жанров и эффективная структура новостных сообщений предоставляют потребителю информации воспринимать и понимать ее в соответствии с изначальным замыслом автора. Подобная схема подачи и восприятия новостных материалов в условиях современной информационной войны предоставляет дополнительно информационным агентствам возможность целенаправленно оказывать воздействие на потребителя данной информации, действуя в соответствии с заложенными целями редакции и автора публикации.

31. В соответствии с международной практикой публикуемые исследуемыми агентствами информационные сообщения характеризуются идентичностью структуры построения материала в форме «перевернутая пирамида».

32. В главную ленту новостей рассматриваемые в представленной работе информационные агентства включают в основном информационные материалы, относящиеся к форматам

информационного жанра, чаще всего используются форматы заметка, отчет, интервью и корреспонденция, редко – репортаж. Отмечается продуктивное заимствование опыта международной журналистики, что выражается в увеличении текстового объема публикаций и применении в изложении материалов формулы «информация и анализ», что предполагает совмещение освещения конкретных событий, явлений и фактов с одновременным их обсуждением.

33. По результатам проведенного анализа опубликованных на веб-страницах сайтов информационных агентств РТ установлено, что такие актуальные проблемы, как ирригационные, водно-энергетические, миграционные и другие, наиболее активно освещаются с использованием аналитического и диалогического жанров. Определено, что агентства большинство новостных материалов составляли кратко, оперативно и с максимально точным отображением фактов. Четко соблюдались общепринятые требования и нормы, предъявляемые к информационным новостным продуктам.

34. Информационные агентства «Ховар», «Avesta», «ASIA-Plus» и «Озодагон» наиболее часто применяют такие виды информационного жанра, как интервью, корреспонденция и заметка. В отличие от частных агентств НИАТ «Ховар» использует еще расширенные новостные сообщения в формате отчет-комментарий, для подачи официальных новостей.

35. НИАТ "Ховар" сегодня - это единственное в республике информационное агентство, получающее из первых рук и немедленно распространяющее по самым широким каналам официальные документы, связанные с деятельностью Президента, Парламента и Правительства Таджикистана, а также всего государственного аппарата страны в целом.

36. Агентство является надёжным поставщиком оперативных и достоверных новостей о событиях во всех регионах Таджикистана. В задачи «Ховар» входит сбор и оперативное распространение объективной информации о важнейших событиях в политической жизни страны и других государств. Агентство осуществляет международные и внешнеэкономические связи в информационной и других сферах деятельности, содействуя развитию информационных и иных связей Республики Таджикистан с зарубежными странами.

37. Информационное агентство «ASIA-Plus» является одним из первых в Таджикистане независимых СМИ, работающих в глобальной сети Интернет. Сайт агентства (www.news.tj) функционирует во всемирной паутине с апреля 2006 года. Она является одним из первых полноценных сетевых источников информации в Таджикистане.

38. «ASIA-Plus»- первое частное информагентство, появившееся в эпоху доминирования государственного агентства на информационном рынке. Таким образом, данное агентство впервые полноценно расширило внутренний диапазон сетевой журналистики Таджикистана.

39. Информационное агентство «Avesta» начало работу на информационном рынке Таджикистана с 2004 года. Официально данное агентство начало выпускать новости и запустило первый свой сайт в марте 2004 года, но только через два месяца, а именно в мае стало работать в полноценном режиме.

Роль информационного агентства «Avesta» в истории сетевых СМИ Таджикистана заключается в том, что оно стало первым онлайн-агентством страны, которая стала делать новости и посылать их каждый час, а первыми читателями стали международные организации, которые их получали через электронную почту.«Avesta» так же первой

запустила сайт, который рассылал новости в соответствии с введенной в него базой данных получателей. А в настоящее время сайт «Авесты» наряду с сайтом «ASIA-Plus» занимает ведущие позиции в рейтинге Таджнета.

40. Частное информационное агентство Таджикистана "Озодагон" было зарегистрировано в нескольких государствах бывшего Союза и за его пределами и приобрело статус регионального. Агентство зарегистрировано в Таджикистане в 2011 году и открыло в Интернете свой сайт. В настоящее время агентство публикует новости только на русском языке, так как таджикская версия сайта не обновляется в течение последних полтора лет. В то же время не обновленный сайт открывается с 4 ноября 2017 года.

41. В информационном пространстве Республики Таджикистан из числа информационных агентств НИАТ «Ховар», «ASIA-Plus», «Avesta» и «Озодагон» занимают ведущие позиции и определяют особенности развития электронных новостных ресурсов страны.

Таким образом, итоги исследования подтвердили популярность таджикских информационных агентств у интернет-аудитории страны. Обозначенные актуальные проблемы сетевой журналистики Таджикистана требуют решения, поскольку связаны с информационной безопасностью страны в сетевых СМИ. Интернет – основной канал распространения информации современного информационного агентства. Это позволило исследуемому типу источника трансформироваться из организации, снабжающей различные редакции информацией, в самостоятельный тип средств массовой информации и коммуникации.

БИБЛИОГРАФИЯ

I. Научно-теоретическая, учебная и научно-популярная литература

1. Абдуллаев, М. А. Таджикская публицистика и национальная идентичность (последняя четверть XIX – первая половина XX веков) / М.А. Абдуллаев. – Душанбе: РТСУ, 2014. – 309 с.
2. Абдуллаев, М. А. К вопросу о применении теории журналистики (публицистики) в научных исследованиях / М.А. Абдуллаев // Проблемы и перспективы развития теории и практики СМИ в Таджикистане. – Душанбе: РТСУ, 2017. – С. 16-19.
3. Азимов, А. Х. Действительность жизни и таджикская печать / А. Азимов. – Душанбе: Сино, 2000. – 186 с. (на тадж.яз).
4. Акопов, А. И. Социокультурные и правовые проблемы интернет-журналистики / А. И. Акопов // Акценты. – 2003. – № 1-2. – С. 14-18.
5. Акопов, А. И. Электронные сети как новый вид СМИ / А. И. Акопов // Филологический вестник Ростовского государственного университета. – 1998. – № 3. – С. 43-51.
6. Богданова, Д. П. Блоги в системе сетевых коммуникаций. Возникновение и развитие «блогосферы» / Д. П. Богданова // Акценты. – 2006. – № 5-6. – С. 17-25.
7. Бокиева, Л. Ф. Формирование общественного мнения в русскоязычных СМИ в Интернет-ресурсах Республики Таджикистан: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Душанбе, 2015. – 26 с.
8. Вартанова, Е. Л. Типология информационных агентств / Е.Л. Вартанова, Г.В. Вирен, Т.И. Фролова // Вестник московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2013. – № 3. – С. 6-30.

9. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. / Е.Л. Вартанова. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 335 с.
10. Вартанова, Е. Л. Теория СМИ: Актуальные вопросы / Е. Л. Вартанова. – М.: МедиаМир, 2009. – 488 с.
11. Ворошилов, В. В. Журналистика: учебник / В.В. Ворошилов. – 7-е изд. стер. – М.: КНОРУС, 2016. – 492 с.
12. Ворошилов, В. В. Современная пресс-служба / В. В. Ворошилов. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2005. – 254 с.
13. Ворошилов, В. В. Типология журналистики / В. В. Ворошилов. – СПб.: 1998. – 315 с.
14. Джураев, А. Телевидение / А. Джураев. – Душанбе: Ирфон, 1978. – 86 с. (на тадж.яз).
15. Засурский, Я. Н. Журналистика и мир на рубеже тысячелетий. От книги до Интернета / Я. Н. Засурский, Е. Л. Вартанова. – М.: Изд-во МГУ, 2000. – 256 с.
16. Засурский, Я. Н. Информационное общество, интернет и новые средства массовой информации / Я. Н. Засурский // Информационное общество. – М.: 2001. – № 2. – С. 24-27.
17. Калмыков, А. А. Интернет-журналистика / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 383 с.
18. Кастельс, М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс // Пер. с англ. – Екатеринбург: У-Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004. – 328 с.
19. Колесникова, М. М. Основные виды сетевых СМИ и некоторые аспекты их функционирования (на материале американского сегмента Интернета) / М. М. Колесникова // Филологический вестник Ростовского государственного университета. – 2000. – № 1. – С. 45-49.
20. Колесникова, М. М. К вопросу об интерактивности, гипертексте и мультимедиа в сетевых коммуникациях / М. М. Колесникова //

Филологический вестник Ростовского государственного университета. – 2002. – № 2. – С. 61-68.

21. Колесникова, М. М. Некоторые особенности аппарата сетевого издания / М. М. Колесникова // Филологический вестник Ростовского государственного университета. – 2001. – № 3. – С. 56-63.

22. Комилов, К. И. Место независимых агентств «ASIA-Plus» и «Фергана» в информационном пространстве Таджикистана: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Душанбе, 2015. – 25 с.

23. Корконосенко, С. Г. Основы журналистики / С. Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 287 с.

24. Куликовский, А. В. Особенности развития информационных агентств Кыргызской Республики / А. В. Куликовский. – Бишкек: «Максима», 2013. – 75 с.

25. Лащук, О. Р. Редактирование информационных сообщений / О. Р. Лащук. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 159 с.

26. Лукина, М. М. Интернет-журналистика: Теория и практика / М. М. Лукина. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 348 с.

27. Лукина, М. М. СМИ в пространстве Интернета / М. М. Лукина, И. Д. Фомичева. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2005. – 87 с.

28. Могилевская, Э. В. Информационные агентства в Интернете / Э. В. Могилевская // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2007. – № 1. – С. 176-184.

29. Муллоев, Ш. Б. Жанрово-тематическое своеобразие таджикской публицистики времен Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.) / Ш.Б. Муллоев. – Душанбе: РТСУ, 2015. – 303 с.

30. Муминджанов, З. Информационные жанры телевизионной журналистики / З. Муминджанов. – Душанбе: Вектор Принт, 2011. – 66 с.

31. Муродов, М. Три ветви одной науки / М. Муродов – Душанбе: Истеъдод, 2014. – С. 87 – 232 с. (на тадж. яз).
32. Насриддинов, З. Набзи «Ховар» / З. Насриддинов – Душанбе: «Авесто», 2006 – 141 с. (на тадж. яз).
33. Нуралиев, А. Информационные жанры печати / А. Нуралиев, Н. И. Брукер, А. А. Афсахзод. – Душанбе: Деваштич, 2005. – 131 с.
34. Нуралиев, А. Правовые основы журналистики / А. Нуралиев. – Душанбе: Деваштич, 2005. – 240 с.
35. Погорелый, Ю. А. Информационное агентство: стиль оперативных сообщений / Ю. А. Погорелый. – М., 2000. – 145 с.
36. Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики. / Е. П. Прохоров. – 8-е изд., испр. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 351 с.
37. Саидов, З. Ш. Агентство «Ховар» – центральный государственный информационный орган суверенного Таджикистана / З. Ш. Саидов, А. Сабуров – Душанбе, 2006. – 20 с.
38. Саидов, З. Ш. Ховар / З. Ш. Саидов, О. Д. Соболев. – Душанбе: Авасто, 2006. – 101 с.
39. Салихов, Н. Н. История зарубежной журналистики / Н. Н. Салихов, А. Н. Нуралиев, М. М. Султонов. – Душанбе, 2015. – 356 с.
40. Сапунов, В. И. Зарубежные информационные агентства / В. И. Сапунов. – СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2006. – 384 с.
41. Сапунов, В. И. Мировые информационные агентства: системное влияние на аудиторию / В. И. Сапунов. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 2007. – 240 с.
42. Система средств массовой информации России: учебное пособие для вузов / Под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 259 с.
43. Смирнов, В. В. Жанры радиожурналистики / В. В. Смирнов. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 288 с.

44. Соболев, О. Тебе молодой журналист / О. Соболев. – Душанбе: Деваштич, 2005. – 47 с.
45. Сухроби Мирзоали. Деятельность зарубежных информационных агентств в Республике Таджикистан (на примере ИРНА и РИА «Новости»): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Душанбе, 2007. – 21 с.
46. Третичный, А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертыйный. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
47. Типология периодической печати: учебное пособие для студентов вузов / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова и др. // Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 236 с.
48. Чимаров, С. Ю. Теория и практика массовой информации. Словарь-справочник / С. Ю. Чимаров, С. С. Ярошецкий, М. Ю. Ярошецкая. – СПб., 2005. – 196 с.
49. Уланова, М. А. К вопросу о типологии периодических интернет-изданий / М. А. Уланова // Книга и мировая цивилизация: материалы одиннадцатой международной научной конференции по проблемам книговедения в 4 т. – М.: Наука, 2004. – Т. 1. – С. 407-411.
50. Усмонов, И. К. Теория публицистики / И. К. Усмонов. – Душанбе, 1999. – 100 с. (на тадж. яз)
51. Усмонов, И. История таджикской журналистики / И. Усмонов, Д. Давронов. – Душанбе: Азия - Принт, 2008. – 280 с. (на тадж. яз)
52. Усмонов, И. К. Жанры публицистики / И. К. Усмонов. – Душанбе, 2009. – 139 с. (на тадж. яз).
53. Ходжазод, С. История таджикского радио Таджикистана. Часть I. / С. Ходжазод – Душанбе: Деваштич, 2006. – 144 с. (на тадж. яз).
54. Шкондин, М. В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога / М. В. Шкондин. – М.: Пульс, 2002. – 120 с.

55. Шкондин, М. В. Редакционная сфера и современные коммуникативные стратегии / М. В. Шкондин // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2005. – № 1. – С. 9-17.

II. Справочная литература

56. Социально-экономическое положение Республики Таджикистан. Январь-Октябрь 2017 года. / Агентство по статистике при Президенте РТ. – Душанбе, 2017. – 307 с.

57. Социально-экономическое положение Республики Таджикистан. Январь 2018 года. / Агентство по статистике при Президенте РТ. – Душанбе, 2018. – 283 с.

III. Интернет-ресурсы и материалы периодической печати

1. Научные работы, медиаисследования, юридические документы

58. Акопов, А.И. Типологические признаки сетевых изданий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://jgreenlamp.na.rod.ru/typology.htm> (дата обращения: 05.06.2016 г.)

59. Анализ сайтов «Url-Sub.ru» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.url-sub.ru/> (дата обращения: 16.04.2014 г.)

60. Ассоциация национальных информационных агентств государств – участников СНГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ania-news.info/> (дата обращения: 06.01.2014 г.)

61. Вартанова, Е. Л. Новые медиа как фактор модернизации СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/9f381b9f3747cc63c3257576003a8c8c> (дата обращения: 25.08.2016 г.)

62. Доступ в Интернет и интернет-услуги [Электронный ресурс] / Государственная политика Республики Таджикистан в информационной сфере Часть 4.– Режим доступа: <https://digital.report/tadzhikistan-dostup-v-internet/> (дата обращения: 14.07.2015 г.)

63. Закон Республики Таджикистан «О печати и других средствах массовой информации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.mmk.tj/ru/legislation/legislation-base/archive/ (дата обращения: 12.05.2015 г.)

64. Закон Республики Таджикистана «О печати и других средствах массовой информации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.wipo.int/wipolex/ru/text.jsp?file_id=237473 (дата обращения: 13.05.2015 г.)

65. Информационное агентство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения: 25.12.2016 г.)

66. Информационное телеграфное агентство России (ИТАР ТАСС) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/ИТАР-ТАСС> (дата обращения: 10.11.2016 г.)

67. Интернет провайдеры Таджикистана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://forum.tajfile.tj/threads/internet-provajdery-tadzhikistana.49/> (дата обращения: 12.13.2015 г.)

68. Исследование поведения и восприятия медиа аудитории 2012 г.: 2-я волна [Электронный ресурс] / Исследовательско-консалтинговая компания «М-Vector». – Режим доступа: http://www.m-vector.com/upload/Presentation_media_2wave_fin_ru_print.pdf (дата обращения: 23.06.2015 г.)

69. Исследование поведения и восприятия медиа аудитории 2012 г.: 3-я волна [Электронный ресурс] / Исследовательско-консалтинговая компания «М-Vector». – Режим доступа: http://www.m-vector.com/upload/Presentation_media_3wave_fin_ru_28022013_fin_2008.pdf (дата обращения: 24.06.2015 г.)

70. История ИТАР ТАСС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tass.ru/history> (дата обращения: 29.01.2018 г.)

71. Кулакова, В. В. Интернет в системе массовой информации Таджикистана: автореф. дис. ... канд. филол. наук [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/internet-v-sisteme-sredstv-massovoiinformatsii-tad-zhikistana> (дата обращения: 12.05.2016 г.)

72. Могилевская, Э. В. Информационные агентства в Интернете: особенности и принципы функционирования: автореф. дис. ... канд. филол. наук [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dslib.net/zhurnalistika/informacionnye-agentstva-v-internete-osobennosti-i-principy-funkcionirovaniya.html> (дата обращения: 2.10.2016 г.)

73. Могилевская, Э. В. Типологические признаки информационных агентств в Сети [Электронный ресурс] / Э. В. Могилевская // Научно-культурологический журнал «Relga». – 2007. – № 5 (150). – Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1756&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 15.12.2015 г.)

74. Муким Дж. Вместо головы чалма: почему неправильно комментируют протокол № 7 // Таджикистон. – 2015. – № 31 (1125). – С. 3. (на тадж.яз).

75. Погорелый, Ю. А. Информационное агентство: стиль оперативных сообщений [Электронный ресурс] / А. Ю. Погорелый. – Режим доступа: <http://www.evartist.narod.ru/text19/018.htm> (дата обращения: 21.03.2016 г.)

76. Рейтинг таджикских сайтов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.toptj.com/Rating/Tajikistan/MassMedia/Page1> (дата обращения: 04.11.2015 г.)

77. Сервис Интернет-статистики «WebomeR» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.webomer.ru/> (дата обращения: 05.04.2015 г.)

78. Таджикистан. Анализ среды обмена интернет-трафиком [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tarena.tj/index.php?vew=>

[article&catid=85%3A2012-12-24-04-12-36&id=158%3A2017-10-18-05-28-34&format=pdf&lang=ruhttp://www.tarena.tj/index.](http://www.tarena.tj/index) (дата обращения: 18.10.2017 г.)

79. Таджнет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wikireality.ru/wiki/%D0%A2%D0%B0%D0%B4%D0%B6%D0%BD%D0%B5%D1%82> (дата обращения: 19. 03.2017 г.)

80. Ткачева, Н. В. К вопросу о теоретическом понимании новостей в цифровую эпоху: трансформация структуры, сил влияния, «жизненного цикла» / Н. В. Ткачева, С. А. Вартанов, Д. В. Дунас, А. Н. Гуреева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vestnik.journ.msu.ru/books/2016/3/k-voprosu-o-teoreticheskom-ponimanii-novostey-v-tsifrovuyu-epokhu-transformatsiya-struktury-sil-vliya/> (дата обращения: 7.05.2018 г.)

2. Источники

81. Абдуллаев, З. 10 историй к десятилетию [Электронный ресурс] // ИА «Авеста». – Режим доступа: <http://www.dialog.tj/news/news19459> (дата обращения: 14.04.2015 г.)

82. Авазов, Ш. Медиапредпочтения населения Таджикистана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tj/ru/news/tajikistan/society/20141211/media-predpochteniya-naseleniya-tadzhikistana> (дата обращения: 27.02.2015 г.)

83. Анонсы событий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [/https://www.news.tj/ru/news/all](https://www.news.tj/ru/news/all) (дата обращения: 29.05.2017г.)

84. Глава «Ховара» опровергает монополию на правительственную информацию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tajweek.tj/view/glava-hovara-oprovergaet-monopoliyu-na-pravitelstvennuyu-informaciyu> (дата обращения: 12.10.2017 г.)

85. ИТ – итоги 2015 года для Таджикистана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nt.tj/opinion/2015-itogi-tajikistan-it-ict> / (дата обращения: 10.07.2015 г.)

86. *Новости Таджикистана* TopTJ.com - Полная подборка новостей о Таджикистане, аналитика и комментарии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.toptj.com/News/> (дата обращения: 25.03.2015 г.)

87. Об агентстве [Электронный ресурс] / НИАТ «Ховар». – Режим доступа: <http://www.khovar.tj/rus/about.html> (дата обращения: 12.06.2015 г.)

88. О нас [Электронный ресурс] / ИА «Asia-Plus». – Режим доступа: <http://www.news.tj/ru/aboutus> (дата обращения: 01.11.2015 г.)

89. О нас [Электронный ресурс] / ИА «Диёр» – Режим доступа: <http://www.diyornews.tj> (дата обращения: 02.11.2015 г.)

90. О пресс-центре НИАТ «Ховар» [Электронный ресурс] // НИАТ «Ховар». – Режим доступа: <http://khovar.tj/rus/o-press-tsentre/> (дата обращения: 21.10.2016 г.)

91. Об агентстве [Электронный ресурс] / ИА «Авеста». – Режим доступа: <http://www.avesta.tj/ru/about/> (дата обращения: 02.11.2015 г.)

92. Сайт «Asia-Plus» безусловный лидер таджикского сегмента Интернета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://news.tj/ru/news/tajikistan/20061020/sait-ia-aziya-plyus-bezuslovnyilider-tadzhikskogo-segmenta-interneta-kotoryi-ezhednevno-posesh> (дата обращения: 4.11.2015 г.)

93. Сайидзода Зафар: «Ховар» – школа воспитания и роста журналистов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://khovar.tj/2015/12/zafar-sajidzoda-hovar-maktabi-tarbiya-va-kamoloti-zhurnaliston-3/> (на тадж. яз) (дата обращения: 10.12.2015 г.)

94. Салом – соседи! – Специальный проект [Электронный ресурс] // ИА «ASIA-Plus». – Режим доступа: <http://news.tj/projects/salomsosedi> (дата обращения: 12.01.2016 г.)

<http://news.tj/ru/news/tajikistan/society/20180228/asadullo-gulomovu-segodnya-ispolnilos-bi-64-goda> (дата обращения: 1.03.2018 г.)

102. Атлантисты продолжают «играть» в войну [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2017/02/27/atlantisty-prodolzhayut-igrat-v-voynu/> (дата обращения: 27.02.2017 г.)

103. Вашингтонский зондаж монгольского нейтралитета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2016/06/22/vashingtonskij-zondazh-mongolskogo-nejtraliteta/> (дата обращения: 27.06.2016 г.)

104. В Ашхабаде арестован журналист Аширкули Байриев. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2004/03/03/v-ashhabade-arestovan-zhurnalist-ashirkuli-bajriev> (дата обращения: 03.03.2014 г.)

105. В Будапеште прошли таджикско-венгерские политические консультации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2016/11/29/v-budapeshte-proshli-tadzhiksko-vengerskie-politicheskie-konsultatsii/> (дата обращения: 29.11.2016 г.)

106. В Душанбе обсудили вопросы карантина растений в СНГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2018/07/11/v-dushanbe-obsudili-voprosy-karantina-rastenij-v-sng/> (дата обращения: 11.07.2018 г.)

107. В Душанбе состоялась премьера балета бахчисарайский фонтан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.news.tj/ru/news/life/culture/20171113/v-dushanbe-sostoyalas-premera-baleta-bahchisaraiskii-fontan> (дата обращения: 13.11.2017 г.)

108. В Таджикистане появится спортивный телеканал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tjinform.com/ru/news/20140120/09490.html> (дата обращения: 25.01.2015 г.)

109. Ветераны ВОВ к празднику получают по 1500 сомони [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tj/ru/news/tajikistan/power/20180502/veterani-vov-k-prazdniku-poluchat-po-1500-somoni> (дата обращения: 19.05.2018 г.)

110. В Кандагаре погибли по меньшей мере 25 афганских военнослужащих [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://catoday.org/centrasia/v-kandagare-pogibli-po-menshey-mere-25-afganskih-voennosluzhashchih> (дата обращения: 19.10.2017 г.)

111. Внучка З. Шахиди получила международную премию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://khovar.tj/rus/2008/08/vnuchka-z-shahidi-poluchila-mezhdunarodnuyu-premiyu/> (дата обращения: 23.08.2014 г.)

112. ВОЗ: Свыше 7 тысяч погибли за 20 месяцев войны против Йемена [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://catoday.org/worldnews/voz-svyshe-7-tysyach-pogibli-za-20-mesyacev-voyny-protiv-yemena> (дата обращения: 8.11.2016 г.)

113. Вооруженная вылазка Дональда Трампа против Сирии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2017/04/10/vooruzhennaya-vylazka-donalda-trampa-protiv-sirii/> (дата обращения: 10.04.2017 г.)

114. В Пекине состоялась научная конференция на тему «25 лет Государственной независимости Республики Таджикистан: путь к миру и созиданию» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://khovar.tj/rus/2016/08/> (дата обращения: 22.08.2016 г.)

115. Все новости медиагруппы «ASIA-Plus» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.news.tj/ru/news/all> (дата обращения: 21.04.2017 г.)

116. В Таджикистане, в Хороге задержан налоговый инспектор по обвинению в присвоении полмиллиона сомони [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://catoday.org/centrasia/v-tadzhikistane-v-horoge-zaderzhan-nalogovik-po-obvineniyu-v-prisvoenii-polmilliona-somoni> (дата обращения: 15.06.2017 г.)

117. В Таджикистане за четыре месяца пропали 129 несовершеннолетних [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2018/05/25/v-tadzhikistane-za-chetyre-mesyatsa-propali-129-nesovershennoletnih/> (дата обращения: 29.05.2018 г.)

118. В Таджикистане на площади около 6 га построят новое здание парламента. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [/http://catoday.org/centrasia/v-tadzhikistane-na-ploschadi-okolo-6-ga-postroyat-novoe-zdanie-parlamenta](http://catoday.org/centrasia/v-tadzhikistane-na-ploschadi-okolo-6-ga-postroyat-novoe-zdanie-parlamenta) (дата обращения: 18.01.2017 г.)

119. В ходе операции «Синай-2018» в Египте ликвидировано 82 террориста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://khovar.tj/rus/2018/02/> (дата обращения: 18.02.2018 г.)

120. Выставка промышленных товаров Республики Таджикистан пройдет в Ташкенте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://khovar.tj/rus/2017/07/vystavka-promyshlennyh-tovarov-respubliki-tadzhikistan-projdet-v-tashkente/> (дата обращения: 25.07.2017 г.)

121. В январе-октябре 2016 года из России выдворено свыше 50 тысяч иностранных граждан 7 декабря 2016. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2016/12/07/v-yanvare-oktyabre-2016-goda-iz-rossii-vydvoreno-svyshe-50-tysyach-inostrannyh-grazhdan/> (дата обращения: 7.12.2016 г.)

122. В 2016 году сомони по отношению к Доллару обесценился на 10,8%. 23 января 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2017/01/23/v-2016-godu-somoni-po-otnosheniyu-k-dollaru-obestsenihsya-na-10-8/> (дата обращения: 23.01.2017 г.)

123. Генштаб начал проверку крупнейшей военной базы России за рубежом [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://avesta.tj/2017/11/24/genshtab-nachal-proverku-krupnejshej-voennoj-bazy-rossii-za-rubezhom/> (дата обращения: 24.11.2017 г.)

124. Глава АН Таджикистана: 14 июля 2016 года Дангара как город имеет 4-тысячелетнюю историю [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://catoday.org/centrasia/glava-an-tadzhikistana-dangara-kak-gorod-imeet-4-tysyacheletnyuyu-istoriyu> (дата обращения: 20.07.2016 г.)

125. Главный тренер национальной сборной Таджикистана подал в отставку после проигрыша филиппинцам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://catoday.org/centrasia/glavnyy-trener-nacionalnoy-sbornoy-tadzhikistana-podal-v-otstavku-posle-proigrysha-filippinam> (дата обращения: 28.03.2018 г.)

126. Гражданин Таджикистана приговорен к 19 годам лишения свободы за убийство таксистов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2016/03/02/grazhdanin-tadzhikistana-prigovoren-k-19-godam-lisheniya-svobody-za-ubijstvo-taksistov/> (дата обращения: 2.03.2016 г.)

127. Для победителей душанбинского полумарафона выделили около \$ 34 тыс. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://catoday.org/centrasia/dlya-pobediteley-dushanbinskogo-polumarafona-vydelili-okolo-34-tys> (дата обращения: 16.04.2016 г.)

128. Драгоценности президентов Центральной Азии: у кого лучше [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.news.tj/ru/news/centralasia/20171125/dragotsennosti-prezidentov-tsentralnoi-azii-u-kogo-luchshe> (дата обращения: 25.11.2017 г.)

129. Дружбе наших стран быть вечной [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2016/02/03/druzhbe-nashih-stran-byt-vechnoj-3/> (дата обращения: 3.02.2016 г.)

130. За 20 дней план армейского призыва по стране выполнен на 62% [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://news.tj/ru/news/tajikistan/security/20160421/za-20-dnei-plan-armeiskogo-prizyva-po-strane-vypolnen-na-62> (дата обращения: 16.04.2016 г.)

131. Как Жеенбеков стал президентом и что осталось Атамбаеву [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.news.tj/ru/news/centralasia/20171125/kak-zheenbekov-stal-prezidentom-i-что-ostal-os-atambaevu> (дата обращения: 27.11.2017 г.)

132. Коварство и лицемерие вашингтонских властей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2016/08/22/kovarstvo-i-litsemerie-vashingtonskih-vlastej/> (дата обращения: 22.08.2016 г.)

133. Кондрашова В. Уровень воды в Сарезском озере ежедневно снижается на 1-2 см. – М. Зиёев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://news.tj/ru/news/tajikistan/incidents/20051025/uroven-vody-v-sarezskom-ozere-ezhednevno-snizhaetsya-na-1-2-sm-m-zieev> (дата обращения: 25.10.2005 г.)

134. Кыргызстан увеличит объемы поставок Интернет-трафика в Таджикистан. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://catoday.org/centrasia/kyrgyzstan-увеличит-объемы-поставок-интернет-трафика-в-таджикистан> (дата обращения: 14.12.2017 г.)

135. Курбанова Манижа. Возрождение мертвого города [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tj/ru/news/tajikistan/20101029/vozrozhdenie-mertvogo-goroda> (дата обращения: 29.10.2014 г.)

136. Курбанова М. Проект: Расширенная Европа: Содействие торговле для стран ЦА, Кавказа и Западного СНГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tj/ru/news/tajikistan/20101029/proekt-rasshirennaya-evropa-sodeistvie-torgovle-dlya-stran-tsa-kavkaza-i-zapadnogo> (дата обращения: 1.11.2014 г.)

137. Курбанова М. Худжандский региональный офис ПРООН [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://news.tj/ru/news/tajikistan/20101029/khudzhandskii-regionalnyi-ofis-proon>

(дата обращения: 29.10.2014 г.)

138. МВД Таджикистана назвало имя водителя, совершившего наезд на пешеходов [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://avesta.tj/2017/08/10/mvd-tadzhikistana-nazvalo-imya-voditelya-sovershivshego-naezd-na-peshehodov/>

(дата обращения: 10.08.2017 г.)

139. Мигранты пополнили бюджет Москвы на 7,7 млрд. рублей.

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2018/06/27/migranty-popolnili-byudzhets-moskvy-na-7-7-mlrd-rublej/>

(дата обращения: 27.06.2018 г.)

140. Мэр Душанбе Рустам Эмомали открыл крупнейший аквапарк в Таджикистане ценой в \$7 млн. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://catoday.org/centrasia/mer-dushanbe-rustam-emomali-otkryl-segodnya-krupneyshiy-akvapark-v-tadzhikistane>

(дата обращения: 20.06.2017 г.)

141. Назарбаев поставил задачу по увеличению продолжительности жизни казахстанцев до 80 лет [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://www.news.tj/ru/news/centralasia/20171125/nazarbaev-postavil-zadachu-po-uvelicheniyu-prodolzhitelnosti-zhizni-kazahstantsev-do-80-let>

(дата обращения: 25.11.2017 г.)

142. На кыргызско - таджикской границе вновь произошел конфликт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2014/03/14/na-kyrgyzsko-tadzhikskoj-granitse-vnov-proizoshel-konflikt/>

(дата обращения: 14.03.2014 г.)

143. Начало продажи смартфонов iPhone 8 и iPhone 8 Plus [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://www.ozodagon.com/index.php?newsid=31545>–

(дата обращения: 24.06.2017 г.)

144. НБТ прибег к помощи турецкой компании для изучения опыта соседей по внедрению информационных технологий исламского банкинга

[Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://news.tj/ru/news/tajikistan/economic/20171127/nbt-pribeg-k-pomotshituretskoi-kompanii-dlya-izucheniya-opita-sosedei-po-vnedreniyu-informatsionnih-tehnologii-islamskogo-bankinga>» (дата обращения: 27.11.2017 г.)

145. Нейтралитет Туркменистана политика мира, добрососедства и конструктивного сотрудничества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2015/04/09/nejtralitet-turkmenistana-politika-mira-dobrososedstva-i-konstruktivnogo-sotrudnichestva-3/> (дата обращения: 9.04.2015 г.)

146. Новости сайта ИА «Авеста» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2018/03/07/ofitsialnoe-otkrytie-vosstanovlennoj-zheleznoj-dorogi-hatlon-amuzang-sostoitsya-9-marta/> (дата обращения: 7.03.2018 г.)

147. Новые послы 7 стран вручили Верительные грамоты президенту Таджикистана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2017/11/21/novye-posly-7-stran-vruchili-veritelnye-gramoty-prezidentu-tadzhikistana/> (дата обращения: 21.11.2017 г.)

148. Отношения между Азербайджаном и Таджикистаном основаны на принципах взаимной дружбы и доверия – посол Азербайджана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2018/05/16/otnosheniya-mezhdu-azerbajdzhanom-i-tadzhikistanom-osnovany-na-printsipah-vzaimnoj-druzhy-i-doveriya-posol-azerbajdzhana/> (дата обращения: 16.05.2018 г.)

149. Официальное открытие восстановленной железной дороги Хатлон-Амузанг состоялся 9 марта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2018/03/07/ofitsialnoe-otkrytie-vosstanovlennoj-zheleznoj-dorogi-hatlon-amuzang-sostoitsya-9-marta/> (дата обращения: 16.03.2018 г.)

150. Официальный Кабул прокомментировал заявление талибов про CASA – 1000 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2016/12/03/ofitsialnyj-kabul-prokommentiroval-zayavlenie-talibov-po-casa-1000/> (дата обращения: 3.12.2016 г.)

151. Парламент ратифицировал соглашение по управлению водными ресурсами реки Пяндж [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://avesta.tj/2017/06/21/parlament-ratifitsiroval-soglashenie-po-upravleniyu-vodnymi-resursami-reki-pyandzh/> (дата обращения: 21.06.2017 г.)

152. Переговоры об усилении охраны государственной границы между Таджикистаном и Афганистаном на встрече Эмомали Рахмона и парламентской делегации Европейского Союза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ozodagon.com/index.php?newsid=31546> (дата обращения: 17.03.2016 г.)

153. Петербург примет 50 тыс. мигрантов по оргнабору из Узбекистана и Таджикистана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tj/ru/news/tajikistan/society/20180525/peterburg-primet-50-tis-migrantov-po-orgnaboru-iz-uzbekistana-i-tadzhikistana> (дата обращения: 25.05.2018 г.)

154. Подписание Соглашения о сотрудничестве между информационными агентствами Таджикистана «Ховар» и Узбекистана «УзА» способствует для обеспечения информационной безопасности двух стран [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://khovar.tj/2018/08/ba-imzo-rasidani-sozishnoma-oid-ba-amkor-bajni-agenti-oi-ittilootii-to-ikiston-hovar-va-zbekiston-za-baroi-tamini-amniyati-ittilootii-ar-du-kishvar-musoidat-mekunad/> (на тадж. яз) (дата обращения: 23.08.2018 г.)

155. По количеству медалей на Азиаде Таджикистан на 7-м месте. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tj/ru/news/sports/20170922/po-kolichestvu-medalei-na-aziade-tadzhikistana-na-7-m-meste> (дата обращения: 22.09.2017 г.)

156. Полковник Назаров: большинство убийц известных личностей Таджикистана воспитанники одной школы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2017/08/23/polkovnik-nazarov-bolshinstvo-ubijts-iz-vestnyh-lichnostej-tadzhikistana-vospitanniki-odnoj-shkoly/> (дата обращения: 23.08.2017 г.)

157. Посол Белоруссии в Таджикистане рассказал Авеста о перспективах сотрудничества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2016/07/01/posol-belarusi-v-tadzhikistane-rasskazal-avesta-o-perspektivah-sotrudnichestva/> (дата обращения: 1.07.2016 г.)

158. Посол Турции: мы готовы оказать содействие Таджикистану в развитии туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2018/02/28/posol-turtsii-my-gotovy-okazat-sodejstvie-tadzhikistanu-v-razvitii-turizma/> (дата обращения: 28.02.2018 г.)

159. Президенты Кыргызстана и Турции собираются увеличить товарооборот до 1 \$млрд. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://catoday.org/centrasia/prezidenty-kyrgyzstana-i-turcii-sobirayutsya-uvelichit-tovarooborot-do-mlrd> (дата обращения: 10.04.2018 г.)

160. Президент провел рабочее совещание с ответственными лицами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2018/05/21/prezident-provel-rabochee-soveshhanie-s-otvetstvennymi-litsami/> (дата обращения: 21.05.2018 г.)

161. Президент совершил рабочую поездку в район Темурмалик. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2018/06/02/prezident-sovershil-rabochuyu-poezdku-v-rajon-temurmaliq/> (дата обращения: 2.06.2018 г.)

162. Президент Туркменистана совершил 30-километровую велопоголку [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://catoday.org/centrasia/prezident-turkmenistana-sovershil-30-kilometrovuyu-veloprogulku> (дата обращения: 21.05.2018 г.)

163. Президент Узбекистана подписал закон по узбекско-таджикской границе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2018/07/05/prezident-uzbekistana-podpisal-zakon-po-uzbeksko-tadzhikskoj-granitse/> (дата обращения: 5.07.2018 г.)

164. Президент Эмомали Рахмон отправился в Нью-Йорк на водный саммит. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://catoday.org/centrasia/prezident-rahmon-otpravilsya-v-nyu-york-na-vodnyy-sammit> (дата обращения: 20.03.2018 г.)

165. Премьер-министр провел заседание оргкомитета по подготовке к празднованию дня национального единства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2017/01/14/premer-ministr-provel-zasedanie-orgkomiteta-po-podgotovke-k-prazdnovaniyu-dnya-natsionalnogo-edinstva/> (дата обращения: 14.01.2017 г.)

166. Развернутый репортаж о ходе официального визита Президента Республики Таджикистан Эмомали Рахмона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://khovar.tj/2008/05/guzorishi-mufassal-az-1207-arayoni-safari-rasmii-prezidenti-1206-um-1203-urii-to-1207-ikiston-em/> (на тадж. яз) (дата обращения: 17.02.2015 г.)

167. Рост инфляции в Таджикистане составил 6,3% [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2017/12/14/rost-inflyatsii-v-tadzhikistane-sostavil-6-3/> (дата обращения: 14.12.2017 г.)

168. Сборная Таджикистана перед матчем с Бангладеш проведет сборы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://catoday.org/centrasia/sbornaya-tadzhikistana-pered-matchem-s-bangladesh-provedet-sbory> (дата обращения: 17.05.2016 г.)

169. Сборная Таджикистана прибыла в Манилу в полном составе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2018/03/24/sbornaya-tadzhikistana-pribyla-v-manilu-v-polnom-sostave/> (дата обращения: 24.03.2018 г.)

170. Сегодня открывается 73-й Международный венецианский кинофестиваль [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://khovar.tj/rus/2016/08/> (дата обращения: 28.08.2016 г.)

171. Сегодня в Таджикистане температура воздуха повысится до 35 градусов тепла [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://khovar.tj/rus/2018/04/> (дата обращения: 12.04.2018 г.)

172. Сегодня 30 июня, пятница, 181-й день года. До конца года осталось 184 дня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://khovar.tj/rus/2017/06/page/2/> (дата обращения: 30.06.2017 г.)

173. Спикер парламента Таджикистана: Вкладчики могут через суд забрать собственность банков и банкиров. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://catoday.org/centrasia/spiker-parlamenta-tadzhikistana-vkladchiki-mogut-podavat-v-sud-na-bankirov> (дата обращения: 18.10.2017 г.)

174. Страны ШОС – за дружбу и добрососедство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2018/06/11/strany-shos-za-druzhbu-i-dobrososedstvo/> (дата обращения: 11.06.2018 г.)

175. Страны ШОС – за международный порядок и справедливый мир [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2018/04/27/strany-shos-za-mezhdunarodnyj-poryadok-i-spravedlivyj-mir/> (дата обращения: 27.04.2018 г.)

176. Таджикистан и Армения подписали девять документов о сотрудничестве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2017/06/15/tadzhikistan-i-armeniya-podpisali-devyat-dokumentov-o-sotrudnichestve/> (дата обращения: 15.06.2017 г.)

177. Таджикистана посетит федеральный министр Пакистана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2017/03/14/tadzhikistan-posetit-federalnyj-ministr-pakistana/> (дата обращения: 14.03.2017 г.)

178. Таджикистан принял участие в работе форума сотрудничества Китая и Центральной Азии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2016/11/26/tadzhikistan-prinyal-uchastie-v-rabote-foruma-sotrudnichestva-kitaya-i-tsentralnoj-azii/> (дата обращения: 16.11.2016 г.)

179. Таджикистан увеличил экспорт автотранспорта более чем в 8 раз [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2016/06/29/tadzhikistan-uvelichil-eksport-avtotransporta-bolee-chem-v-8-raz/> (дата обращения: 29.09.2016 г.)

180. Таджикистанцы в мае будут отдыхать 11 дней [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tj/ru/news/tajikistan/society/20160425/tadzhikistantsy-v-mae-budut-otdykhat-11-dnei> (дата обращения: 25.04.2016 г.)

181. Таджикские артисты выехали в Ташкент для подготовки совместного концерта «Вечер дружбы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2018/08/14/tadzhikskie-artisty-vyehali-v-tashkent-dlya-podgotovki-sovmestnogo-kontserta-vecher-druzhby/> (дата обращения: 14.08.2018 г.)

182. Таджикский павильон на выставке «ЭКСПО-2017» в Астане посетили более 40 тысяч человек [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://khover.tj/rus/2017/06/> (дата обращения: 19.06.2017 г.)

183. Топ-10-главные новости дня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tj/ru/node/214227> (дата обращения: 4.09.2015 г.)

184. Туркменистан на 50% увеличил таможенные пошлины для иранских грузовиков. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://catoday.org/centrasia/turkmenistan-na-50-uvelichil-tamozhennye-poshliny-dlya-iranskih-gruzovikov> (дата обращения: 5.06.2018 г.)

185. Гурсунзаде М. В Таджикистане вводится монополия на Интернет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://news.tj/ru/news/tajikistan/society/20180207/v-tadzhikistane-vvoditsya-monopoliya-na-internet> (дата обращения: 7.02.2018 г.)

186. Чем киевские националисты напугали Европу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avesta.tj/2017/10/16/chem-kievskie-natsionalisty-napugali-evropu/> (дата обращения: 16.10.2017 г.)

187. Юлдошев А. Таджикистан начал экспорт электроэнергии в Узбекистан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://asiaplus.tj/ru/news/tajikistan/economic/20180403/tadzhikistan-nachal-eksport-
elektroenergii-v-uzbekistan](http://asiaplus.tj/ru/news/tajikistan/economic/20180403/tadzhikistan-nachal-eksport-elektroenergii-v-uzbekistan) (дата обращения: 3.04.2018 г.)

188. Узбек и таджик – начало событий исторического значения. Беседа с ректором Таджикского национального университета, академик М. Имомзода. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://khovar.tj/2018/03/uzbek-va-tozhik-tarihij-vo-ealar-davri-boshlandi-
tozhikiston-millij-universiteti-rektori-akademik-mu-ammadyusuf-imomzoda-bilan-
su-bat/](http://khovar.tj/2018/03/uzbek-va-tozhik-tarihij-vo-ealar-davri-boshlandi-tozhikiston-millij-universiteti-rektori-akademik-mu-ammadyusuf-imomzoda-bilan-su-bat/) (на узб.яз) (дата обращения: 15.03.2018 г.)

189. Узбекистан снизит цену электроэнергии для Афганистана на 35% [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://catoday.org/centrasia/uzbekistan-snizit-cenu-elektroenergii-dlya-afganistana-
na-35](http://catoday.org/centrasia/uzbekistan-snizit-cenu-elektroenergii-dlya-afganistana-na-35) (дата обращения: 15.02.2018 г.)

190. Уроженцы Таджикистана на фронтах ВОВ: Вечная память Героям! [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://catoday.org/centrasia/vechnaya-
pamyat-geroyam](http://catoday.org/centrasia/vechnaya-pamyat-geroyam) (дата обращения: 8.09.2018 г.)

191. Участие Эмомали Рахмона и Шавката Мирзиёева в открытии выставки производства и товаров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://khovar.tj/2018/03/emomali-ra-mon-va-shavkat-mirziyoevning-uzbekiston-
ma-sulot-va-mollari-kurgazmasi-ochilishi-marosimida-ishtiroki/](http://khovar.tj/2018/03/emomali-ra-mon-va-shavkat-mirziyoevning-uzbekiston-ma-sulot-va-mollari-kurgazmasi-ochilishi-marosimida-ishtiroki/) (на узб.яз) (дата обращения: 15.03.2018 г.)

192. Эмомали Рахмон призвал усилить борьбу с терроризмом в связи с терактом в Египте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.news.tj/ru/news/tajikistan/politics/20171125/emomali-rahmon-
prizval-usilit-borbu-s-terrorizmom-v-svyazi-s-teraktom-v-egipte](https://www.news.tj/ru/news/tajikistan/politics/20171125/emomali-rahmon-prizval-usilit-borbu-s-terrorizmom-v-svyazi-s-teraktom-v-egipte) (дата обращения: 25.11.2017 г.)

193. 7 июля в Республике Казахстан начинается международный кинофестиваль «Евразия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://khover.tj/2008/05/far-1203-ang/> (дата обращения: 9.05.2008 г.)

194. 19 самых известных братьев Бобои Барфи в разных странах мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tj/ru/news/tajikistan/society/20171205/19-samih-izvestnih-bratev-boboi-barfi-v-raznih-stranah-mira> (дата обращения: 5.12.2017 г.)

195. 92% проголосовавших граждан Таджикистана проголосовало "ЗА" изменение Конституции страны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tj/ru/news/tajikistan/politics/20160523/226038> (дата обращения: 23.05.2016 г.)

IV. Беседы автора

196. Беседа автора с директором НИАТ «Ховар» Саидали Сиддиком