



На правах рукописи

ГОИБНАЗАРОВА ТАХМИНА СОИБНАЗАРОВНА

**МАСС-МЕДИА И ИСКУССТВО ТАДЖИКИСТАНА В КОНТЕКСТЕ
ГЛОБАЛИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ПЕЧАТНЫХ СМИ)**

10.01.10 - журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

**диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук**

Душанбе – 2014

Работа выполнена на кафедре печатных СМИ и PR
Российско-Таджикского (славянского) университета

Научный руководитель: Член-корреспондент АН РТ,
доктор филологических наук,
профессор
Имомов Махмайсиф Сайдалиевич

Официальные оппоненты: доктор филологических наук,
профессор кафедры печати ТНУ
Муродов Мурод Бердиевич

кандидат филологических наук,
старший редактор
аналитических программ радио «Таджикистан»
Саидмуроди Ходжазод

Ведущая организация: Таджикский государственный институт
искусств им. М. Турсунзаде

Защита состоится «1» октября 2014 года в 14.00 часов на заседании диссертационного совета Д 737.011.01 по защите докторских и кандидатских диссертаций при Межгосударственном образовательном учреждении «Российско-Таджикский (славянский) университет» (734025, г. Душанбе, ул. Турсунзаде, 30).

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Российско-Таджикского (славянского) университета (734025, г. Душанбе, ул. Турсунзаде, 30, <http://www.rtsu.tj>).

Автореферат разослан «11» июля 2014 г.

**И.о. ученого секретаря
диссертационного совета**



М.А. Абдуллаев

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования определяется необходимостью осмысления и исследования происходящих трансформаций культууроформирующей деятельности средств массовой информации в условиях глобализации.

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

Сегодня СМИ можно охарактеризовать с двух позиций. Прежде всего, СМИ в силу технических инноваций получают значительную власть в обществе, формируя определенного рода идеологию, становясь движущими силами глобализации. Именно СМИ, благодаря широкому развитию системы каналов передачи информации и возможности ее виртуализации, делают продукты искусства доступными для самых широких кругов. Передовые технологии позволяют в любой точке земного шара получать информацию о культуре и искусстве той или иной страны, распространять ее.

В тоже время СМИ сами попадают под влияние определенных политических и экономических, культурных факторов, которые формируют их информационный продукт, влияют на тематическую направленность. Все это привело к трансформации функций СМИ, последствия которой не назовешь положительными. Корень кризиса ситуации в том, что информация стала товаром. Сегодня все очевиднее становится приоритет материального благополучия в ущерб духовному и интеллектуальному росту.

Существенным образом трансформируются культууроформирующие функции. Определяющее условие для этой функции теперь не духовное и эстетическое производство и просвещение, но высокий рейтинг и массовый охват аудитории. Маркетинг стал главной движущей силой, которая решает проблемы экономического благополучия СМИ, но вместе с тем создает критическую ситуацию реализации ими своих функций по предназначению. Это приводит к тому, что новые критерии деятельности СМИ нивелируют ценность профессии критика.

В схожих условиях находится и культура. С одной стороны глобализация способствует интеграционным процессам культуры, а информационные технологии делают возможным распространение многообразных культурных традиций, продуктов искусства далеко за пределами одной страны, в которых они функционируют и зарождаются. И вместе с тем, сегодня активно пропагандируется образ жизни и ориентиры западного общества, насаждается западная культура, как эталон и образец для подражания. Культуру и искусство зачастую используют в целях достижения определенных политических и идеологических результатов.

Объединяет СМИ и культуру не только общность проблем, возникших в результате глобализации. Сегодня СМИ и искусство находятся в равных

условиях. И СМИ и искусство призваны концептуализировать новую действительность, они попадают под определенное влияние со стороны глобальных процессов, которое имеет для них как положительные, так и негативные последствия. Именно общность программной предназначенности делает возможной их взаимосвязь, которая позволяет им содействовать друг другу на пути к преодолению негативных воздействий глобализации.

Степень научной разработанности проблемы. Исследования проблем, обозначенных в теме диссертации, ведутся в различных работах отечественных, российских и зарубежных ученых в сфере журналистики, культурологии, искусствоведения.

Процессы влияния глобализации на развитие и функционирование СМИ рассматривали исследователи М. Кастельс, М. Маклюен, Р. Негрин, Г. Першке, К. Фиоре, И. И. Засурский, Л. М. Землянова, С. Г. Мельник, С. Миرونюк, Д. Стровский, А. Н. Тепляшина, А. Чернов, А. В. Чугунов.

Проблемами информатизации общества, взаимоотношений медиа и власти, трансформаций СМИ в условиях глобализации также занимались и исследователи Таджикистана. В таджикской науке понятие «информационное пространство» впервые встречается в работе профессора И.К.Усмонова, полагающего, что возникновение информационного пространства стало неизбежным с «коренной перестройкой, произошедшей в бывшей державе, мощным остовом которой была сложившаяся система средств массовой информации, каждый элемент которой имел свои цели, задачи и функции» [13,16]. Дальнейшее развитие эта тема получила в работах: В. В. Кулаковой, А.Н. Нуралиева, А. А. Рахимова, А. С. Садуллаева, М.М. Султонова, Д. Б. Хомидова, Ф. Ф. Шарипова.

Интерес к изучению культуроформирующих функций СМИ нашел свое отражение в фундаментальных работах теоретиков журналистики: Е.К. Барабанова, И.М. Дзялошинского, Б. Дубина, С.Г.Корконосенко, В. В. Первалова, Е.П.Прохорова, А.А.Тертычного, И.Д.Фомичевой, заложивших основные понятия культуроформирующей деятельности, полагающих, что распространение с помощью журналистики понятий о культуре и искусстве не менее важно, чем распространение сведений об экономике, политике, праве, морали, науке. Изучалась и специфика деятельности в области культуры и искусства: «Надо развивать вкус. Но это еще не повод, чтобы пренебрегать уже сложившимися вкусами. Идти на поводу у масс – в этом иногда, честное слово, нет ничего предосудительного. Не потакать вкусам, а отвечать им – вот лозунг новой народности», - считает Б. Дубин [5,70].

Для изучения культуроформирующих функций журналистики, необходимо было оценить положение культуры и искусства в современных условиях. Различные аспекты данного явления рассмотрены в работах М. Лернера, А. Моль, Э. Тоффлера, С. Хангтингтона, Ф. Фукуямы, А.И. Арнольдова, Л.М. Архангельского, И. Л. Бабича, Т. Г. Богатыревой, П.С. Гуревича, Г.З. Замшеля.

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

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

Исходя из этого, на основе анализа вышеуказанных источников и обращения к значительному фактологическому материалу, автором предпринята попытка исследовать основные вопросы, связанные с трансформацией культуроформирующих функций СМИ Таджикистана в контексте глобализации.

Объект исследования: общественно-политические и специализированные русскоязычные печатные СМИ Таджикистана: газета «Азия плюс», «Народная газета», журналы «VIPzone», «Фарханг ва хунар», «Фонус», «Олами хунар», бюллетень «Окно», материалы информационных агентств «Азия плюс», Национального информационного агентства «Ховар» при правительстве Республики Таджикистан, официальные страницы информационно-культурного центра «Аржанг», ArtCulture.Tj, «ArtGraund» и российские СМИ: электронные версии газет «Дни.ru», «Газета.ru», «Итоги.ru», «Культура», сайт OPENSPACE, журналы «Афиша» и «АртХроника» с 2000-2013 год.

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

Цель исследования: выявить и определить принципы, формы и специфику подачи информации о культуре и искусстве, как в мире, так и в Таджикистане.

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

- выявить степень изученности проблемы развития культуроформирующих функций в контексте глобализации и их реализации в печатных СМИ;
- раскрыть основные стилистические и жанровые особенности, приемы информирования аудитории о культуре и искусстве Таджикистана и мира;
- проанализировать роль СМИ в формировании художественных ценностей у общественности;
- проанализировать содержание ряда российских и отечественных изданий с точки зрения реализации ими культуроформирующих функций;
- проанализировать, используя данные проведенного опроса, среди редакторов и репортеров местных СМИ, как позиционируют себя сами

журналисты относительно своей роли в развитии общественных взглядов и установок на культуру и искусство;

- выработать способы налаживания контакта: искусство-СМИ-аудитория.

Методы исследования: методика социологического анализа (анкетирование, опросы, экспертные интервью), мониторинг, эмпирический метод сравнения (при использовании ресурсов печатных СМИ Таджикистана и России с 2000 по 2013гг), потенциал диахронного и синхронного анализа (при изучении истории и современной информационной политики в области освещения вопросов культуры и искусства).

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

Научная новизна исследования определяется:

1. недостаточной изученностью развития культуроформирующих функций СМИ в контексте глобализации;

2. анализом сущности, структуры и результатов исполнения культуроформирующей функции СМИ на основе деятельности СМИ Таджикистана и России, проведенным впервые. Выявленными стилистическими и жанровыми особенностями, приемами подачи информации на темы культуры и искусства;

3. расширением представления о культуроформирующей деятельности СМИ за счет анализа синтеза культуроформирующих функций с другими функциями журналистики, как результата влияния на СМИ процессов глобализации;

4. изучением новых процессов в прессе независимого Таджикистана: переход на международные принципы журналистики, рождение новых типов изданий, изменение информационной политики в рыночных условиях;

5. впервые предпринятой попыткой решить проблему создания новой профессиональной категории, которая отвечала бы требованиям арт-критики и сократила бы расстояние от предмета искусства до СМИ и от СМИ до аудитории;

6. предложенными способами налаживания контакта: искусство-СМИ-аудитория.

Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в том, что собранный, и систематизированный материал позволяет уточнить научные представления о процессе формирования и развития культуроформирующих функций СМИ в условиях глобализации, определить их место и роль в информационном пространстве страны. Выводы и результаты этого исследования могут быть использованы для

проведения дальнейших, более углубленных и расширенных исследований в области современной арт-критики, художественной журналистики.

Материалы и обобщения, содержащиеся в диссертации, могут быть использованы при составлении учебных пособий, курсов и семинаров для студентов-журналистов. Кроме того, могут применяться в разработке концепций информационной политики СМИ в сфере культуры и составления этических норм для журналистов, работающих в сфере культуры и искусства.

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

На защиту выносятся следующие положения:

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

- тема культуры и искусства становится востребованной и актуальной для аудитории именно благодаря эффективной реализации СМИ своей культуроформирующей функции;

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

- культуроформирующая функция при грамотной реализации исходя из своих задач, способна противостоять негативному воздействию «массовой культуры», намеренно игнорируя ее, противопоставляя ей элитарное искусство и национальное;

- из трех параметров: художественная журналистика, художественная критика, арт-критика нужна именно арт-критика. Подобно тому, как современное искусство называют актуальным (contemporary art), так и арт-критика актуализирует произведение искусства, реализуя свои образовательные установки, являясь продолжением практики художника, драматурга, писателя. Не исключается значимость и художественной журналистики, поскольку на начальной стадии необходим качественный и грамотный подход к информированию;

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

Апробация. Содержание исследования излагалось в научных докладах на ежегодных научно-практических конференциях факультета журналистики РТСУ (2011, 2012, 2013).

Основные положения диссертации нашли отражение в статьях, опубликованных в ведущих научных изданиях, включенных в перечень ВАК России: «Вестник университета» (Российско-Таджикский (славянский) университет), «Вестник» (Таджикский Национальный университет).

Диссертация обсуждена и рекомендована к защите на совместном заседании кафедры истории и теории журналистики и электронных СМИ и кафедры печатных СМИ и PR филологического факультета РТСУ (протокол №6 от 17.01.2012 г.).

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и источников.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обоснованы актуальность и степень научной разработанности проблемы, обозначены объект и предмет исследования, его цель и задачи, научная новизна, определены теоретико-методологические основы исследования, методы исследования, предложена рабочая гипотеза, показаны теоретическая и практическая значимость исследования, сформулированы положения, выносимые на защиту.

Первая глава диссертации - **«СМИ и искусство в условиях глобализации»** состоит из двух разделов. В ней рассматриваются теоретические основы проблем, связанных с трансформацией функций СМИ в условиях глобализации. Также проанализирован исторический материал, раскрывающий особенности функционирования СМИ в каждом из трех периодов социального прогресса.

В первом разделе - **«Глобализация и ее влияние на СМИ. Трансформация функций СМИ»** определяются сущность и закономерности функционирования СМИ Таджикистана в условиях глобализации, а также основные причины, влияющие на их трансформацию.

В этой связи крайне важным было определиться с понятием самой глобализации. В самом широком смысле под глобализацией понимают процесс объединения экономик стран мира, создание единого правового, экономического и информационного пространства, новые условия развития мирового сообщества в контексте появления возможностей интеграций.

Одно из наиболее развернутых определений глобального общества дано социологом и публицистом, основателем теории постиндустриального (информационного) общества. Д. Беллом: «Постиндустриальное общество,

это общество, в экономике которого приоритет перешел от преимущественного производства товаров к производству услуг, проведению исследований, организации системы образования и повышению качества жизни, в котором внедрение нововведений во все большей степени зависит от достижений теоретического знания». Согласно его мнению, постиндустриальное общество, предполагает возникновение интеллектуального класса, представители которого на политическом уровне выступают в качестве консультантов, экспертов или технократов[1,25].

Бесспорным является тот факт, что значительную роль в глобальных процессах сыграли средства массовой информации. Ход глобализации был дан именно благодаря распространению информации, информатизации. Информация лежит в основе любого повседневного взаимодействия.

«Информационные связи коренным образом заменят индустриальные во всех сферах, в силу того, что объем и течение информации в глобализационном мире существенно возрастают», - считает социолог и футуролог Э. Тоффлер[11, 45].

В своих работах социолог современности, специализирующийся в области теории информационного общества М.Кастельс, вводит новый термин – «информационализм». Согласно его определению – «воздействие знания на знание – основной источник производительности». Развитие информационализма, по мнению Кастельса, приводит к появлению сетевого общества и «новой экономики». «Информациональное общество» строится таким образом, что «генерирование, обработка и передача информации стали фундаментальными источниками производительности и власти» [6, 58].

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

«Информационным пространством может считаться совокупность: банков и баз данных; технологий их сопровождения и использования; информационных телекоммуникационных систем, функционирующих на основе общих принципов и обеспечивающих информационное взаимодействие организаций и граждан и удовлетворение их информационных потребностей», - считает И.К.Усмонов. [13,16].

Естественно, что подобные приоритеты, выдвинувшие во главу угла информацию, технический всплеск, давший новейшие образцы коммуникационных систем, существенным образом сказались и на СМИ.

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

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

По мнению видного британского исследователя печати Р.Негрин, «именно традиционным СМИ принадлежит исключительная роль в создании наших представлений об окружающем мире – более важная, что играют в этом процессе церковь, школы и политические партии. К названным политическим институтам взрослый человек обращается все же реже, чем к СМИ, к тому же объем информации, передаваемый печатным и аудиовизуальным (электронным) путями, несравненно более широк и многообразен» [6,4].

В этих информационных потоках Таджикистан пока остается наблюдателем, пассивным потребителем. Национальная система СМИ в силу целого ряда причин не в состоянии конкурировать с глобальными средствами массовой информации в трудноконтролируемом медиaprостранстве [10,82].

Прежде всего, это связано с усилением влияния зарубежных СМИ на национальное информационное пространство, с широким доступом к информации, с возможностью получения альтернативных взглядов на то или иное событие, возможность интерактивности. «Как следствие, представление о действительности у пользователей этих СМИ складывается, исходя из их убеждений и взглядов. Рассмотрим пример с освещением внутренних новостей. У глобальных новостных служб повсюду есть свои корреспондентские блоки. Наличие технических средств дает им возможность освещать весь спектр действительности Таджикистана – от политики до спорта. Такое доминирование позволяет как формировать мнение у аудитории, так и направлять внимание таджикских СМИ на ту или иную проблему. Зачастую, отечественные информационные службы перепечатывают новости из этих сайтов. Веской альтернативой зарубежным СМИ могли бы стать онлайн-версии газет. Однако у большинства традиционных СМИ в силу экономической несостоятельности нет возможности размещения своих номеров в Интернете» [10,82].

Бесспорно, благодаря техническому прогрессу возможности СМИ возросли. Изменились и функциональные особенности деятельности СМИ. В частности, главные функции СМИ связывают с тремя параметрами: в рамках общественно-политических систем с задачами интеграции общества; для потребителя важны – ориентирующая и рекреативная функции; для социальных институтов – организационная, пропагандистская.

Сегодня выделяют информационную функцию СМИ в качестве основной. В современных условиях информация рассматривается исключительно, как товар. Информационная функция существенным образом отклонилась от нормы, предписанного спектра деятельности. Актуальными для аудитории стали сообщения и материалы о скандалах и трагедиях и катастрофах, криминал, светской хроники [2]. Отметим, что информация негативного свойства во много раз превышает информацию о позитивных процессах. Ориентиром становится прибыльность, которую приносят новости, пользующиеся наибольшим спросом у аудитории. В

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

Во втором разделе - **«Культуроформирующие функции СМИ и их эффективность на фоне изменений в культуре в глобальном обществе»** приводится анализ возможных вариантов трансформации культуроформирующих функций СМИ. Для полноценного исследования в равной степени важны и процессы, происходящие в искусстве Таджикистана и мира, и посвященные им статьи историков искусства и арт-критиков, поэтому рассматривались еще и особенности развития культуры и искусства в контексте глобализации.

Культура информационной эпохи - весьма сложная и неоднозначная структура. С одной стороны она является отражением тех процессов, которые происходят в обществе под влиянием информатизации, изменения экономической, социально-политической и духовной жизни. Но в тоже время, исходя из исторического опыта, она является преемницей традиций предшествовавших эпох.

Глобализация утверждает культурную экспансию, как единственный способ культурного взаимодействия. Она реанимирует принцип европоцентризма, возвращает нас к тем временам, когда «свет цивилизации» несли конквистадоры и авантюристы всех мастей, воодушевленные идеей абсолютной ценности европейской культуры и совершенства европейского образа жизни» [4,6].

Эксперты Таджикистана, признавая отторжение глобализацией национальных и региональных ценностей, видят необходимость в сохранении традиций. Однако традиции духовные, наряду с их сохранением должны быть интерпретированы с учетом современного уровня культуры человека и общества. «Если мы хотим сохранить живое существование наших традиций, мы не должны из них делать музейных экспонатов. Они должны войти в активные элементы нашего творчества, нашей культуры, они должны быть переосмыслены, должны быть изложены в новой трактовке. Но подчеркну, это нужно делать талантливо», - считает искусствовед С.Рахимов[8,71].

Большая роль в этом процессе отводится и СМИ, способствующим в силу своей предназначенности распространению многообразных культурных традиций, продуктов искусства далеко за пределами одной страны, в которых они функционируют и зарождаются. Это станет действенной альтернативой пропаганде образа жизни и ориентирам западного общества, насаждающейся западной культуре.

О массовой культуре зачастую говорят только негативно, обвиняя ее в неспособности развития в человеке гуманистических качеств. Однако отрицательными качествами массовая культура наполняется, когда ее

используют как транслятор, посредством каналов СМИ, популяризируя темы секса, насилия с целью повышения рейтингов и увеличения прибыли.

«Продукты культуры, навязываемые аудитории посредством Интернета, теле- и радиопрограмм, опровергают своим присутствием устоявшиеся ориентиры и ценности, заменив их новыми образцами, соответствующими запросам рыночным, рентабельным, экономически выгодным», - отмечает руководитель Союза ремесленников Таджикистана, С. Ходжиева [17].

При разумной и грамотной организации взаимодействия СМИ и культуры можно добиться того, что массовая культура может стать первым этапом в условиях глобального мира на пути к приобщению и знакомству аудитории с образцами и явлениями культуры и искусства.

В современном мире и культура, и СМИ развиваются по совершенно иному сценарию. Ориентиры в новых условиях - рынок, экономика, спрос аудитории.

Использование методик манипулирования, подкрепленное современной информационно-технической базой, превратило СМИ в инструмент, воздействующий на настроения, убеждения и сознание общества. СМИ теперь не только фиксируют события действительности, но и моделируют ее в соответствии с определенным социальным заказом. Зачастую вместо информирования общества, наблюдается влияние и воздействие на аудиторию путем использования намеренно-отобранной информации и контекста ее подачи аудитории.

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

Подобно тому, как существуют нормативные акты этических норм журналистики, принципиально важным считаем создание этических норм деятельности журналиста в культурном пространстве. Не менее важным считаем наличие четко прописанных критериев культуроформирующей деятельности СМИ с учетом трансформации функций и их синтеза, предусматривающих не только ограничения, но и права, необходимые руководящие аспекты деятельности, которые бы способствовали ориентированию журналиста в пространстве культуры.

В идеале, в современных условиях цель функционирования СМИ – формирование с помощью художественной культуры человека новой постиндустриальной цивилизации, способного не просто воспринимать потоки информации, активно навязываемой ему, но и управлять ими для своего духовного развития. А также содействовать созданию все новых и новых произведений культуры, расширению пространства культуры.

Вторая глава диссертационной работы - **«Особенности развития искусства независимого Таджикистана и его отражение в СМИ»** состоит из двух разделов. Ее содержание включает описание сущностной и субъектной характеристики культуроформирующей деятельности СМИ в условиях глобализации. Исследуемые издания разделены на два блока: специализированные и общественно-политические. Хронологические рамки исследования охватывают тринадцатилетний период – с 2000 по 2013 гг.

Кроме того, в главе приведены результаты опроса, проведенного среди редакторов и корреспондентов отечественных изданий с целью изучения их позиции относительно взаимодействия масс-медийного и культурного комплексов Таджикистана.

Участникам было предложено заполнить анкету, содержащую два блока вопросов. Первый был нацелен на изучение позиции журналистов о проблеме влияния государства на культурные процессы. Выяснилось, что культурная политика государства, по мнению журналистов, должна быть, прежде всего, ориентирована на сохранение культурного наследия и традиционного искусства. И работа в этой области должна вестись при активном привлечении СМИ. Значительная часть опрошенных журналистов считает также, что государство должно поддерживать и современное искусство, лояльно относиться к контркультурам.

Во втором блоке выяснялась информационная политика издания, представляемого участником опроса, и позиция журналистов относительно роли, которую должны играть СМИ в культурном процессе. Своими главными задачами в области культуры опрошенные журналисты считают: отражение всего многообразия искусства, формирование высоких культурных стандартов и информирование людей о том, что происходит в сфере культуры. Причину того, что всего перечисленного не делается в полном объеме сегодня, они видят в отсутствии компетентных пишущих кадров. И подчеркивают, что вопрос подготовки профессиональных арт-критиков сегодня стоит крайне остро. Немаловажна и информационная политика издания, которая отличается пунктирностью подачи информации о культуре и искусстве.

Первый раздел второй главы - **«Освещение вопросов культуры и искусства в общественно-политических СМИ России и Таджикистана»** содержит данные исследования общественно-политических изданий Таджикистана в сопоставлении со СМИ России. Для этого в параграфе проведено исследование по следующим основным составляющим: общая панорама развития искусства на страницах СМИ, тематика публикуемых материалов, проблемы национальной культуры на страницах массовой печати, способы и методы подачи информации и жанровый аспект в контексте изменений глобального мира.

Для исследования характеристик реализации культуроформирующих функций были выбраны следующие издания:

- русскоязычные печатные СМИ Таджикистана: газета «Азия плюс», «Народная газета», материалы информационных агентств «Азия плюс», Национального информационного агентства «Ховар» при правительстве Республики;

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

Сразу следует отметить, что в данной связи было важно определить необходимость включения в общественно-политическое издание материалов о культуре и искусстве, в принципе не имеющих прямого отношения к социальной и политической сферам. Прежде всего, наличие подобных материалов в общественно-политическом издании объясняется особенностями восприятия информации, когда сложную информацию о кризисах, войнах, терроре переплетают с «легкой». Кроме того, когда читатель имеет возможность в одном издании почерпнуть весь спектр необходимой ему информации, или намеренно покупает именно это издание, поскольку его устраивает манера подачи информации, будет только содействовать увеличению аудитории. У этой системы есть один существенный недостаток. Общественно-политическое издание, отводящее теме культуры и искусства минимальную площадь для размещения, едва ли может глубоко и всесторонне осветить культурный процесс. Хотя, с другой стороны, это создает для заинтересованной части аудитории повод обратиться к специализированным изданиям и интернет-ресурсам.

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

В диссертации подчеркивается, что присоединение к мировому контексту и смена общественно-политического строя сформировали новый рейтинг образцов и продуктов искусства. Изменение приоритетов имеет как общие закономерности, характерные для всех видов масс-медиа (например, падение интереса элитарному искусству, жанр анонса и интервью), так и специфические, зависящие от направленности того или иного СМИ. В новых условиях все реже пишут о литературе, изобразительном искусстве, скульптуре, театре. В цене исполнительское искусство, кассовое кино.

Проведенный анализ свидетельствует, что самыми популярными темами, как для СМИ Таджикистана, так и для СМИ России являются кино и музыка. Разница между российскими изданиями и отечественными в том, что в прессе России об этих темах пишется значительно больше и расширенное.

У российского читателя есть возможность получать широкий спектр информации, как о зарубежном развитии этих направлений, так и об отечественном. И эта информация может быть разного характера, как под массовую культуру (сплетни из светской жизни звезд, скандалы в шоу-бизнесе - «Газета.ru»), так и под элитарную («Дни.ru»). СМИ Таджикистана в освещении данных тем отличается четкая линия и позиция – развлекательного материала, черт желтой прессы практически нет. Публикациям, пусть и не частым, свойственно наличие проблемы и попытки ее решения, или же строгая информативная позиция («Азия плюс», НИАТ «Ховар»).

Говоря о современной системе ценностей, исследователи отмечают, что: «Есть три варианта работы журналиста в этой сфере. Первый сводится к тому, чтобы оценивать искусство с позиции самого искусства, то есть здесь будет работать критик-искусствовед. Второй – исследовать искусство на наличие релевантности – его социальная, политическая, историческая предназначенность. Третий – отсутствие у авторов собственной позиции по данному вопросу и перепечатка материалов из других источников, в частности из пресс-релизов»[18].

Третий вариант, характерен для информационных агентств. Такая информационная политика в некотором смысле обезличивает манеру подачи информации журналистами. Организация рассылает для всех изданий один материал с информацией о готовящемся мероприятии. И вскоре в информационных агентствах появляется тот же самый текст из рассылки, немного подправленный в зависимости от формата издания. Его содержание и изложение дублируют первоисточник («Азия плюс», НИАТ «Ховар»).

Особенностью тематического вектора отечественных СМИ автор считает подачу массовой печатью проблем и особенностей национального, традиционного искусства. В этой связи, автором диссертации отмечено, что особенно популярна тема регионального искусства. Национальная культура приобретает черты не просто чего-то архаичного, музейного и экзотичного, но функционирующего и развивающегося.

Следующим выводом исследования стала очевидная диспропорция между количеством происходящих событий в сфере культуры и искусства и их отражением в СМИ. Это лишает читателя и журналистов возможности увидеть состояние искусства в разных ракурсах, сквозь призму критических выступлений по актуальным вопросам культуры и искусства. Наглядно высказанное выше убеждение, доказывает сам факт расположения материалов о культуре и искусстве на страницах изданий. Зачастую новости размещаются не релевантно, соседствуют с новостями энергетики, экономики, о стихийных бедствиях, словно конкурируют с новостной картиной дня. В отечественных печатных СМИ подобный подход в освещении культуры и искусства использовался в течение пяти лет, с 2000 по

2005 год. А вот особенностью российских СМИ в освещении вопросов культуры и искусства является то, что газеты периодически публикуют на своих страницах несколько материалов, посвященных одному и тому же событию. Один из материалов - работа корреспондентов самой редакции, авторский, остальные два - перепечатка со ссылкой на другие издания. Позиции авторов материалов всегда противоположны, либо дополняют друг друга. По мнению автора, такая тактика издания имеет свои положительные стороны, потому что читателя знакомят не только с собственной, не всегда объективной позицией, а предоставляют максимально расширенный спектр информации, давая возможность узнавать различные взгляды на ту или иную ситуацию.

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

Кроме того, происходит подмена качественных текстов, посвященных рецензированию или освещению того или иного события искусства, на сплетни, связанные с закулисными событиями, направленными не на оценку события как такового, а на поиски сенсационности.

Более того, зачастую искусство является лишь информационным поводом к написанию материалов. В отечественных СМИ примером подобной деятельности стала работа по освещению приостановления постановки «Безумие. Год 93-й» режиссера Барзу Абдуразакова в Русском драматическом театре им. В. Маяковского.

Медиа-холдинг «Азия-плюс» активно вел работу в этом направлении. Отметим, что анонса или заметки о готовящейся постановке в изданиях холдинга не было, как не было и репортажа или рецензии после. Писать о спектакле начали, после того, как стало известно, что его сняли с репертуара театра. Писали вроде о событии из мира искусства, а главными героями были государственным структуры. Информация была скорее политизирована, чем направлена на просвещение аудитории.

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

Однако случай со спектаклем можно рассматривать и с позиции взаимовыгодного сотрудничества СМИ и искусства. Очевидным было и то, что издания - на стороне театра. Вероятно, что спектаклю дали возможность на продолжение существования именно благодаря тому, что СМИ могли в противном случае, начать полемику с государственными органами.

Почти десять лет среди излюбленных тем журналистов в сфере искусства были: низкий уровень подготовки профессиональных кадров, недостаточное финансирование сферы культуры и искусства, отсутствие фестивальной жизни. Безусловно, поднимая такие проблемы, СМИ оказывали услугу искусству, заявляя о его проблемах. Но задумывались ли

над тем, что, пока расследовали причины трудностей, у аудитории создавалось ощущение, что культуры и искусства в Таджикистане нет, и как следствие, у аудитории пропадал интерес к этой сфере.

Следующим фактором, благодаря которому складывается научная картина информационной политики в области культуры и искусства является жанровый спектр публикаций. Можно отметить, что жанровое многообразие не используется в полном объеме. На данный момент сформировалась тенденция писать о событиях художественной жизни, как о «просто событиях», то есть не рецензии, а своего рода «репортажи». При всем многообразии существующих форм в отечественной прессе обнаруживаются лишь: информационные заметки, интервью, репортажи, изредка очерки и аналитические статьи.

В количественном отношении преобладают информационные заметки. Происходит это, вероятно, в силу простоты формы и изложения материала. Достаточно перечислить события, назвать участников и место проведения. Кроме того, заметка имеет небольшой объем, поэтому ее легко разместить, сохраняя приоритет материалов, посвященных экономике, политике, светским новостям (НИАТ «Ховар», ИА «Азия плюс», еженедельник «Азия плюс, «Народная газета»).

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

Обращает на себя внимание и использование жанра очерка. Частота его появления на страницах печати имеет событийный характер. К примеру, «Народная газета» к 80-летию таджикского кинематографа размещает цикл очерков, переходящих из номера в номер об истории развития, зарождении и становлении отечественного кино. Особенность этих очерков в том, что они содержат не только рассказ об истории кинематографа, но в них делается попытка осмысления классического кино в контексте современных тенденций и особенностей развития киноиндустрии, кинорынка. Подобная манера подачи материала приближает читателя тем, что связывает его со временем, в котором он живет, описывает условия, с которыми он знаком, актуализирует для него исторический факт.

Значительно реже журналисты используют жанр рецензии. Сегодня, исходя из проведенного мониторинга изданий, можно сказать, что наметилась некая тенденция в написании рецензий, состоящая в пересказе содержания явления искусства, а не его смысла. Часто рецензенты сосредоточивают свое внимание на пересказе сюжетных линий произведения, характеристике поступков персонажей. Следовательно,

главный свой принцип сегодня рецензенты зачастую не оправдывают. Материалы не несут в себе ничего нового. А ведь основу рецензии должен составлять анализ, поэтому необходимо, чтобы он был всесторонним, объективным. Рецензент призван выявить в анализируемом произведении то новое, что оно собой несет.

Исходя из результатов проведенного анализа, можно сделать вывод, что тема культуры и искусства на сегодняшний день, во-первых, малоизученна, во-вторых, в вопросах ее освещения были и остаются стереотипы, в-третьих, очевидна пассивность самих представителей СМИ в вопросах освещения культуры. И, что самое главное – формируется не всегда положительный образ культуры и искусства у читателя. Влияние на это оказала экономическая составляющая, ориентирующая издания на увеличение прибыли и тиража. Приоритеты при написании материалов о культуре и искусстве сегодня – элементарность, броскость, подчеркнутая сенсационность, социально-политическая злободневность, и отсутствие формальной новизны.

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

Не следует исключать и роли самого искусства. «Если раньше об искусстве можно было говорить как о просветительском, где эстетика уступала первенство познанию и воспитанию силами искусства, понимаемого как деятельность общественная, то сегодня наше искусство стремительно теряет объем: вне его пределов оказываются как массовое, так и элитарное. За основу же приняты произведения актуально-политизированные. Сейчас творцы искусства практически лишены своей аудитории, способной просто воспринять продукт их творчества, не говоря уже о его потенциальных потребителях. А налаживание связей с ними через СМИ способствует стимулированию творческой мысли. Складывается ощущение, что у нас молчание прессы символизирует мнение о произведении искусства. Ситуация с арт-критикой – продолжение ситуации, которая сложилась сейчас в искусстве. Если в поле зрения лишь пара художников, можем ли мы говорить об искусстве?», - считает арт-менеджер, куратор Ф. Кузиев [18].

Критик оказывается в неоднозначном положении, поскольку пространства, в котором развивается актуальное современное искусство, и пространства, где функционируют СМИ, по сути дела не пересекаются. Референтная группа современного искусства не просто чрезвычайно узка, а

не достаточна для того, чтобы все границы могли развернуться и нормально функционировать в механизмах современной культурной деятельности. Анализируя весьма скудный набор возможных стратегий, имеющихся в наличии у художественного критика, можно прийти к выводу, что он вынужден самоопределяться в пространстве, образуемом двумя полюсами – предательство и фальсификация. Либо описывать то, что концептуально для него, но не существует для тех, кто культурно им отвергается, то есть совершать предательство, либо описывать то, что существует только в его воображении, - для тех, кого не существует в природе (то есть занимать фальсификацией) [3,80-96].

Во втором разделе **второй главы - «Искусство и культура на страницах специализированных изданий»** в ходе исследования сегмента специализированных изданий предпринята попытка толкования культууроформирующих функций на примерах публикаций этих изданий.

Для исследования характеристик реализации культууроформирующих функций были выбраны следующие издания:

- русскоязычные печатные СМИ Таджикистана: журналы «Фарханг ва хунар», «Фонус», «Олами хунар», «Окно», «VIPzone», официальные страницы информационно-культурного центра «Аржанг» ArtCulture.Tj, «ArtGraund»;

- российские СМИ: сайт OPNSPASE, журналы «Афиша» и «АртХроника», «Культура».

Анализ публикаций на темы художественной культуры в специализированных изданиях говорит о том, что их разнообразие охватывает широкий спектр событий культурной жизни как местной, так и международной. Для подобных изданий характерна широкая рубрикация, охватывающая практически все стороны искусства, в то время как для общественно-политических – наличие рубрик, имеющих отношение лишь к отдельным сторонам процессов искусства и, следовательно, не способных отразить все многообразие культуры. Недостаточность публикаций на темы культуры и искусства издания компенсируют наличием светских новостей, эпатажностью, излишней склонностью к сенсационности и крикливостью публикаций.

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

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

самых художественных процессов («Олами Хунар», «Фарханг ва хунар», «Артхроника», «Культура»).

В Таджикистане все еще нет арт-рынка как такового. Искусство – не способ заработка, а способ самореализации (если смотреть на эту ситуацию оптимистично) и сохранения образцов искусства и культуры для поддержания духовного воспитания аудитории (если быть реалистичными). Безусловно, у такой системы есть и очевидные минусы: все это может замедлять выход искусства на международную арену, развиваться внутри страны искусство тоже будет слабо, новые люди в него будут приходить крайне редко ввиду его неприбыльности и непрестижности и, как следствие, будет теряться возможность появления новых и эксклюзивных образцов искусства. Однако все эти недостатки компенсирует один достаточно веский плюс. В таких, казалось бы, застойных условиях развития отечественное искусство сохраняет свою самобытность, свой этнос, свои традиции.

Таким образом, национальный колорит в сочетании с современными веяниями искусства создает неповторимый и уникальный стиль, при наличии которого продолжают сниматься арт-хаус, ставятся классические спектакли и, наряду с эстрадной и субкультурной музыкой, все еще продолжают получать престижные премии международных фестивалей в области Шашмакома и Фалака («Окно», «Фонус», «VIPzone», «Артхроника»).

Исходя из результатов исследования этого раздела, автор приходит к выводу, что уже сейчас в Таджикистане существуют издания, ориентированные на разные интеллектуальные возможности читателей, так чтобы любой человек смог «приобщиться к искусству». Пока таких изданий немного, конкуренции между ними нет, как следствие, нет и стимула к росту. И это представляется вполне справедливым, ведь специализированные издания и не рассчитаны на массовую читательскую аудиторию, без исключений, в этот разряд попали и издания об искусстве и культуре.

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

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

Автор видит необходимость в возрождении этого вида традиционных СМИ, поскольку с ними связывает эффективную и качественную реализацию

культуроформирующих функций. Поскольку глобализация предполагает тенденцию синтеза, то допускается, что это уже не будет специализированный журнал в его классическом виде, выполненный в академической манере. Вероятно, ему будет присущ синтез художественной критики и арт-критики. Видим необходимость в выходе специализированных журналов в пространстве Интернет. Не только в целях увеличения аудитории, но и для расширения возможностей авторов и экспертов, которым будет свойственна манера блогеров и колумнистов. Предлагается рассматривать блог – не просто, как вэб-дневник, как это принято делать, исходя из устоявшихся определений. Наиболее качественной формой видится некий синтез блогера и профессионального колумниста. Даже если колумнист-эссеист впадает в крайности, это не беда: издание всегда может дать пометку, что его точка зрения не совпадает с позицией редакции [7].

Эффективно используют эту модель авторы сайта «OPENSPACE». Проследить процесс взаимодействия профессионального блогера и аудитории можно на примере рецензий. Приводится серия профессиональных рецензий на спектакли или фильмы, выставки, не гоняясь за престижностью того или иного события, а раскрывая художественную ценность произведений искусства. Причем рецензии на одно и то же событие можно встретить сразу на двух полосах издания, первая – информационная, а вторая – колонка критиков, где дается другой, более профессиональный взгляд. Издание допускает, что взгляды критиков из колонки и журналистов из информативной части сайта зачастую не совпадают.

«Так у читателя будет выбор между двумя или тремя разными позициями. К тому же это спровоцирует его пойти и самому увидеть то о чем так красиво, но пустословно пишет журналист, и жестко и бескомпромиссно, иногда иронично пишет критик», - комментирует информационную политику редактор раздела «Искусство» сайта «OPENSPACE» Марина Деготь.

К тому же, это отчасти решит проблему появления и развития в наших СМИ качественной и профессиональной арт-критики.

В заключении диссертации подведены итоги исследования, сформулированы основные выводы в соответствии с поставленной целью, задачами и гипотезой:

- таджикская художественная и медийная среда характеризуется отсутствием арт-критики как таковой. Исследование показало, что в печатных СМИ Таджикистана есть работы независимых экспертов, но не критиков;

- маркетинговая функция сегодня вытеснила культууроформирующую. А особенности рекреативной функции, направленные на развлечения и релаксацию, стали приоритетными в работе журналистов. Культууроформирующая функция трансформировалась, синтезируя в себе маркетинговую и рекреативную;

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

- с появлением виртуализации, СМИ не только фиксируют события действительности, но и моделируют ее в соответствии с определенным социальным заказом. Зачастую вместо информирования общества, наблюдается формирование определенных установок за счет использования отфильтрованной информации и контекста ее подачи аудитории;

- отсутствие таких понятий как арт-критика, художественная журналистика, художественная критика не обозначено в качестве проблемы в сфере печатных СМИ Таджикистана;

- арт-критика в общей картине пребывания человека в мире глобальном, информационном, представляет собой культууроформирующий феномен. И этот феномен, по мнению автора, может стать действенным способом противостояния негативным тенденциям, навязываемым извне, как в отношении самой культуры, в плане формирования вкуса у аудитории, так и в функционировании СМИ;

- взаимодействие и взаимовлияние СМИ и искусства развито недостаточно. В связи с этим необходимо формирование еще одной профессиональной категории PR-art-менеджера, являющей собой некую квинтэссенцию функций и полномочий критика, агента, гида, распространяющихся как на предмет искусства, так и на журналистский материал. Это некое связующее звено между общественностью, искусством и медиа. В рамках этой профессиональной категории критика будет не только простым отражением мнения об искусстве, но и выражением взглядов профессионала, доносящего до аудитории суть предмета искусства. Чем шире круг этих специалистов, тем больше вероятности охватить все искусство, характеризующееся безграничностью своей формы и содержания;

- крайне важным является создание компетентного и авторитетного специализированного издания, которое воспитывало бы анализом, и было бы неким синтезом журналистских текстов, научных исследований. Такое издание могло бы выпускаться Министерством культуры и являть собой образец, задающий тон, информирующий, просвещающий;

- поскольку допустим вариант синтеза культууроформирующей функции с маркетинговой и рекреативной, то считаем, что синтез культууроформирующей функции СМИ с коммуникативной станет хорошим вариантом налаживания контактов с аудиторией. Речь идет о том, чтобы распространять информацию по каналам Интернета. Необходимость формирования виртуального пространства арт-критики и художественной журналистики связана, прежде всего, с тем, что сегодня интерес аудитории к

массовой информации выражается в необходимости публичного отклика. Именно эту публичность могут предоставить СМИ. Тем самым способствуя тому, что читатель становится не просто потребителем информации, но и ее соучастником. Исследование предлагает с учетом сегодняшних информационных и технологических реалий в отечественном виртуальном пространстве создавать новый тип арт-критика и новую форму рецензии – блогера, профессионального очевидца. Наиболее качественной формой видится некий синтез блогера и профессионального арт-критика.

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

Использованная литература:

1. Асаул, А.Н. Создание знания и информационной инфраструктуры субъектов предпринимательства / А.Н.Асаул, Е.И.Рыбнов, О.А.Егорова, Т.М.Левченко. –СПб.: АНО ИПЭВ, 2010. – 252 с.
2. Архангельская, И.Б. Творческое наследие Герберта Маршалла Маклюэна в контексте развития теории коммуникации. Маршалл Маклюэн – философ и исследователь медиа / И.Б.Архангельская. URL: <http://www.mcluhan.ru/articles/tvorcheskoe-nasledie-gerberta-marshalla-maklyuena-v-kontekste-razvitiya-teorii-kommunikacii/>
3. Берг, М.А. Веревоочная лестница / М.А.Берг. –М.: Изд-во «Алетейя», 2005. – 464 с.
4. Доклад ЮНЕСКО о коммуникации и информации. Гл.ХII. –С.6. URL: <http://www.bpress.ru/free/unesco/12.html> Глава XII. -С.425.
5. Дубин, Б.В. Слово – письмо – литература: Очерки по социологии современной культуры / Б.В.Дубин // Новое литературное обозрение. Научное приложение. – М., 2001. – Вып.26. – С.70-81с.
6. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М.Кастельс. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
7. Королева, М. Колумнист rg.ru / М.Королева. URL: <http://www.rg.ru/2011/12/01/kolumnist.html>
8. Культурное пространство в Центральной Азии. Единство в многообразии. Материалы регионального форума культуры и искусства Центральной Азии (Душанбе 28-29 ноября, 2009) / под ред. Л.Додхудоевой, А.Низамова, С.Рахимова. – Душанбе, 2010 – 184 с.
9. Лернер, М. Развитие цивилизации в Америке / М.Лернер. Т.2. – М.: Академия, 2002. – 671 с.
10. Султонов, М.М. Периодическая печать современного Таджикистана: формирование и основные тенденции развития (1991-2004 гг.): дис... канд. филол. наук: 10.01.10 / Султонов Мирсаид Мехромуддинович. – М., 2005. – 175 с.

11. Тоффлер, Э. Третья волна / Э.Тоффлер // США – экономика, политика, идеология. – 1982. – №7–11. – 99 с.
 12. Турен, А. Возвращение человека действующего / А.Турен. – М.: Научный мир, 1998. – 204 с.
 13. Усмонов, И.К. Влияние СМИ на формирование информационного пространства Республики Таджикистан / И.К.Усмонов // Актуальные вопросы журналистики. – Душанбе, 2012. – 100-112 с.
 14. Чернов, А. Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы / А.Чернов // URL: <http://www.isn.ru/public/Book.zip>.
 15. Хомидов, Д.Б. СМИ в контексте информационной безопасности Республики Таджикистан: автореф. дис...канд. филол. наук: 10.01.10 / Хомидов Дилобаршо Борухудинович. – Душанбе, 2013. – 26 с.
 16. Negrin, R. Politics and the Mass Media in Britain / R.Negrin. –L., 1989. –Р.4.
- Интервью:**
17. Из личного интервью с С. Ходжиевой – февраль, 2012
 18. Из личного интервью с Ф. Кузиевым – март, 2013

**Основные положения диссертации отражены
в следующих публикациях:**

1. Гоибназарова Т.С. Арт-критик: модели и возможности // Вестник университета. – Душанбе: Российско-Таджикский (славянский) университет, 2012. – №3(38). –С. 232-238.
2. Гоибназарова Т.С. Масс-медиа и искусство: манипуляция сознанием аудитории, как результат взаимодействия и взаимовлияния // Вестник Таджикского Национального университета – Душанбе; «Сино», 2012.- №4/4 (109), серия филология. – С. 291-298.
3. Гоибназарова Т.С. Абберация культуроформирующих функций СМИ // Вестник университета. – Душанбе: Российско-Таджикский (славянский) университет, 2013. – №4(43). –С. 254-269.
4. Гоибназарова Т.С. Будущее рецензии в арт-критике: формы ее существования печатных СМИ и Интернет-изданиях // Вестник Таджикского Национального университета – Душанбе; «Сино», 2014.- №4/1 (129), серия филология. – С. 277-282.



Сдано в набор _____.2014. Подписано в печать _____.2014.
Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура литературная.
Формат 60x84_{1/16}. Услов. печ. л. 1,5.
Тираж 120 экз. Заказ № 124.