



На правах рукописи

БОКИЕВА ЛОЛА ФИРУЗОВНА

**ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ
В РУССКОЯЗЫЧНЫХ СМИ И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСАХ
РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН**

10.01.10 - журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

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

Душанбе – 2015

Диссертационная работа выполнена на кафедре печатных СМИ и PR
Межгосударственного образовательного учреждения высшего профессионального
образования «Российско-Таджикский (славянский) университет»

Научный руководитель: **Имомов Махмайсиф Сайдалиевич**
Академик АН РТ,
доктор филологических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Бободжанова Ранохон Махмудовна**
доктор филологических наук, заместитель
Председателя Народной демократической партии
Таджикистана

Муминджанов Зулфиддин
кандидат филологических наук, редактор
Государственного учреждения «Телевидение
Пойтахт»

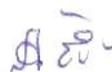
Ведущая организация: Худжандский государственный университет
имени академика Б. Гафурова

Защита состоится «14» октября 2015 года в 14.00 часов на заседании
диссертационного совета Д 737.011.01 по защите докторских и кандидатских
диссертаций при Межгосударственном образовательном учреждении высшего
профессионального образования «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://rt.ehost.tj>).

Автореферат разослан «16» июля 2015 г.

Учёный секретарь
диссертационного совета
кандидат филологических наук, доцент



Аминов А. С.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования заключается в возрастающем воздействии средств массовой информации (СМИ) и интернет-ресурсов на формирование и дальнейшее развитие политических, экономических, культурных процессов современного общества.

Нынешние СМИ обладают мощной силой воздействия на человеческое сознание, которая способна влиять, убеждать и управлять, не только посредством определённых механизмов и методов, но и благодаря таким инструментам, как регулярность и тиражирование информации.

Компьютерные технологии и молниеносное распространение глобальных коммуникационных сетей, дают широкие возможности информационного обмена, которые устанавливают новые модели и методы воздействия на общественное мнение. Формирование и развитие интернет-ресурсов, также, является стратегическим резервом государства, возможности которого, сопоставимы с потенциалом традиционно используемых ресурсов.

Сегодня в таджикском обществе благоприятное решение экономических, политических и социальных задач зависит от социальной активности личности, формирование которой, в большей степени, зависит от СМИ. Актуальность изучения общественного мнения, на сегодняшний день, является приоритетным в условиях сложившихся реалий развивающегося мирового экономического кризиса. Также усиление угроз информационной безопасности, как в странах постсоветского пространства, так и в мировом масштабе, оказывают пагубное воздействие на все области социально-экономического развития Республики Таджикистан. Игнорирование данных процессов в стране, может привести к усугублению вопросов трудовой миграции, низкого уровня жизни населения, отсутствия должного уровня образования и здравоохранения, некомпетентности СМИ и государственных чиновников. Всё это может стать катализатором раскола таджикского общества, и нанести угрозу целостности государства на всех уровнях. Кроме того, назревающая проблема недоверия населения к функционирующим СМИ может стать серьёзным препятствием на пути развития демократического общества.

В таких условиях важно: контролировать не только общественное настроение, но и формировать положительные установки, повышая уровень доверия граждан к своему правительству; создавать благоприятный политический имидж государства, посредством содействия грамотной работы СМИ и использования возможностей интернет-ресурсов; совершенствовать

модели влияния СМИ, основываясь на улучшенных методах формирования общественного мнения.

Определение роли СМИ и интернет-ресурсов в формировании общественного мнения имеет важное значение для правильного понимания особенностей функционирования нынешних внутренних и внешних источников информации, а также представляет интерес для научного сообщества и государственной власти Республики Таджикистан.

Таким образом, данное исследование нацелено на всестороннее рассмотрение способов и методов воздействия СМИ Республики Таджикистан, формирование общественного мнения, выявление существующих преимуществ и недостатков в политике редакций, а также роли интернет-ресурсов, с последующим анализом социальных сетей и официальных интернет-сайтов Республики Таджикистан и Российской Федерации.

Степень научной разработанности проблемы. Анализ теоретической литературы, посвящённой формированию общественного мнения, выявил принадлежность к его исследованию, таких наук как философия, социология, акмеология и психология.

Философские трактовки понятия общественного мнения как феномена существовали ещё со времён античности, авторами которых были Протагор, Сократ, Платон, Аристотель. В качестве термина, данное понятие впервые начали рассматривать Дж. Солсбери, И. Бентам, Н. Макиавелли¹.

Природу возникновения общественного мнения, а также его роли в системе формирования общества и государства, рассматривали Т. Гоббс, Г. Тард, Л.Г. Судас, Д. Брайант, С. Томпсон, А. Гамильтон, Дж. Мэдисон, В.Г. Афанасьев, Р.А. Сафаров, Д.И. Чесноков, В.Д. Попов, В.Л. Доценко, Н. Богомолова, В.Ф. Петренко, А.К. Уледов, Н.А. Нартов, и т.д.²

Теоретическую основу диссертации составили труды и исследования российских и западных учёных по вопросам роли СМИ и их функций в

¹ Горошков М.К. Общественное мнение: история и современность. – М., 1988.

² Гоббс Т. Избранные произведения в двух томах. Т.2. – М., 1964; Тард Г. Общественное мнение и толпа. – М., 1999; Судас Л.Г. Социология общественного мнения // Социально-политический журнал. – 1995. № 1. – 83-96 с.; Гамильтон А., Мэдисон Дж. Федералист. Политические эссе. – М., 1994; Афанасьев В.Г. Социальная информация и управление обществом. – М., 1975; Сафаров Р.Я. Общественное мнение в системе советской демократии. – М., 1982; Чесноков Д.И. Исторический материализм: 2-е издание. – М., 1964; Попов В.Д. Информация: как открывается ящик Пандоры (Информация в системе управления): научное издание. – М., 2009; Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномен, механизмы и защита. – М., 1997; Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. – М., 1991; Петренко В.Ф. Основы психосемантики. – М., 2005; Уледов А.К. Общественное мнение советского общества. – М., 1963; Нартов Н.А., Шабанова О.А. Социология: учебник для вузов, 2-е издание. – М., 2002.

формировании общественного мнения, среди которых – концепции общественного мнения, разработанные Э. Ноэль-Нойман, У. Липпманом, П. Бурдьё³. При анализе функций и механизмов воздействия на общественное мнение использованы работы учёных Д. Ганчева, Б.А. Грушина и Д. Гавры⁴.

При изучении вопроса воздействия СМИ Республики Таджикистан на формирование общественного мнения в историческом контексте, большой интерес представили работы таджикских учёных, среди которых следует выделить исследования Ш.Б. Муллоева, Д.М. Садуллаева, И.Х. Хужаназаровой⁵.

Детали жанровых особенностей, методов и функций СМИ в формировании общественного мнения, нашли отражение в работах А.И. Соловьёва, А.А. Вайсбурга, А.С. Садулаева, А.С. Аминова, А.Н. Нуралиева, А.А. Афсахзода, Д.Б. Хомидова, М.А. Абдуллоева, М.М. Султонова, а также в научных статьях А.А. Рахимова и Л.С. Салемгареевой⁶.

Исследование механизмов воздействия на формирование общественного мнения, несмотря на значительное количество литературы по данному вопросу, не обнаружило достаточного количества фактов, необходимых для формирования чёткой картины относительно продуктивности использования данных механизмов в современных российских и таджикских СМИ. Кроме того, недостаточно изучены методы формирования общественного мнения посредством интернет-ресурсов, которые значительно развиваются в последнее

³ Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. – М., 1996; Липпман У. Общественное мнение. – М., 2004; Бурдьё П. Социология политики. – М., 1993.

⁴ Ганчев Д. Изучение и формирование общественного мнения. – М., 1983; Грушин Б.А. Мнение о мире и мир мнений. Проблемы методологии и исследования общественного мнения. – М., 1967; Гавра Д.П. Общественное мнение как социологическая категория и социальный институт. – СПб., 1995.

⁵ Муллоев Ш.Б. История таджикской журналистики. – Душанбе, 2009; Садуллаев Д.М. Межгосударственная телерадиокомпания МИР как новый тип межгосударственного средства массовой информации в контексте интеграционных процессов СНГ: Дис...канд. филол. наук. – Душанбе, 2013; Хужаназарова И.Х. Тенденции развития русскоязычных СМИ Таджикистана в условиях государственной независимости: Автореф. дис...канд. филол. наук. – Душанбе, 2013.

⁶ Соловьёв А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии: учебник для студентов вузов. – М., 2006; Вайсбург А.А. Формирование общественного мнения в школьном коллективе. – М., 1982; Садулаев А.С., Аминов А.С. Очерк: генезис, развитие и современное состояние. – Душанбе, 2012; Нуралиев А., Брукер Н., Афсахзод А.А. Информационные жанры печати: учебное пособие. – Душанбе, 2005; Хомидов Д.Б. СМИ в контексте информационной безопасности Республики Таджикистан: Дис...канд. филол. наук. – Душанбе, 2013; Абдуллоев М.А. Проблемы эволюции национальной идентичности в таджикской публицистике. Дис...канд. филол. наук. – Душанбе, 2011; Султонов М.М. Современная журналистика Таджикистана. – Душанбе, 2009; Рахимов А.А. Информационная политика Республики Таджикистан и её роль в формировании демократического общества // Вестник университета. – Душанбе, 2011. – № 2 (32). – 192-196 с.; Салемгареева Л.С. СМИ и общественное сознание: влияние, проблемы, технологии манипулирования // Вестник электронных и печатных СМИ. – Вып. № 2. [Электронный ресурс], – URL: <http://www.vestnik.ipk.ru/index1537.html>.

десятилетие, что и является возможной причиной недостаточного внимания исследовательских работ, проведённых в прошедшие годы.

Исходя из этого, на основе анализа источников и фактологического материала, автором предпринята попытка исследовать основные вопросы относительно роли и функций СМИ и интернет-ресурсов Республики Таджикистан в процессе формирования общественного мнения.

Объектом исследования являются материалы русскоязычных печатных СМИ, а также интернет-ресурсы Республики Таджикистана и Российской Федерации; **предметом исследования** является общественное мнение.

Целью исследования является определение наиболее эффективных методов влияния СМИ и интернет-ресурсов на формирование общественного мнения, а также выявление их особенностей и характерных черт функционирования в современных условиях Республики Таджикистан.

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

- определить содержание понятия общественного мнения в историческом контексте и обосновать роль СМИ в процессе формирования общественного мнения современного общества;
- охарактеризовать основные черты и особенности развития процесса воздействия национальных СМИ на общественное мнение;
- осуществить анализ данных медиапотребления в Республике Таджикистан и определить уровень доступности информации;
- выявить позитивные и негативные стороны русскоязычных печатных СМИ Республики Таджикистан в процессе формирования общественного мнения;
- исследовать основные механизмы влияния на формирование общественного мнения СМИ Республики Таджикистан;
- обосновать роль интернет-ресурсов в формировании общественного мнения;
- осуществить сопоставительный анализ национальных и российских официальных интернет-сайтов, с целью выявления положительных и отрицательных сторон;
- определить возможности социальных сетей в процессе развития и выражения общественного мнения в Республике Таджикистан;
- выработать методы налаживания контакта – государство-СМИ-аудитория в целях повышения эффективности деятельности СМИ, официальных интернет-сайтов государственных структур и правительства Республики Таджикистан в развитии и формировании общественного мнения.

Методы исследования: обобщение и систематизация теоретических данных, контент-анализ и аналогия, мониторинг, прогнозирование. Методология данного исследования состоит в применении следующих подходов: эмпирическо-

теоретический, социально-психологический, ретроспективный, институциональный и системный.

Научная гипотеза исследования предполагает существующую зависимость положительного разрешения политических и социально-экономических конфликтов от деятельности СМИ и интернет-ресурсов. В диссертации также утверждается, что нынешние СМИ Республики Таджикистан утилизируют свои основные функции, так как отсутствует чёткая стратегия по предоставлению информации, которая способна формировать положительное общественное мнение по актуальным вопросам социальной действительности, а интернет-ресурсы имеют большой потенциал в регулировании общественных настроений.

Научная новизна исследования определяется:

- недостаточной изученностью методов и механизмов формирования общественного мнения в современных политических и социально-экономических условиях Республики Таджикистан;
- анализом сущности и взаимосвязи общественного мнения со СМИ, а также реализации их функций на основе деятельности современных СМИ Республики Таджикистан и Российской Федерации;
- изучением новых процессов в формировании общественного мнения средствами массовой информации независимой Республики Таджикистан;
- выявлением позитивных и негативных сторон в политике редакций русскоязычных СМИ, а также официальных интернет-сайтов Республики Таджикистан и Российской Федерации;
- анализом способов формирования и выражения общественного мнения посредством национальных сегментов социальных сетей, проведённым впервые;
- мониторингом медиапотребления и доступности информации населению Республики Таджикистан;
- предложенными методами налаживания контакта – государство-СМИ-аудитория, разработанными с учётом социальных условий и ментальных особенностей таджикского общества.

Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в том, что положения, выносимые на защиту, углубляют понимание сущности СМИ и интернет-ресурсов в процессе формирования общественного мнения, тем самым, предоставляя возможность разработать методы по повышению эффективности деятельности СМИ, государственных структур и специалистов по связям с общественностью.

Изучение посредством социологических методов позволило выявить основные тенденции трансформации общественного мнения, определить

реальную политическую и экономическую ситуацию, сложившуюся в Республике Таджикистан.

Материалы и выводы диссертации могут быть использованы в дальнейших исследованиях данного общественного феномена, а также найти применение в научно-педагогической деятельности, в преподавании курсов по журналистике, имиджологии, политологии, а также социологии. Анализ общественного мнения способствует развитию наук об обществе в целом.

На защиту выносятся следующие положения:

- Общественное мнение, являясь сложным и динамичным процессом, формируется при непосредственном участии государственных и частных средств массовой информации, которые призваны способствовать бесконфликтному регулированию взаимоотношений демократического общества и государственной власти;

- современные частные СМИ и интернет-ресурсы оказывают гораздо большее воздействие на общество, нежели государственные СМИ и официальные интернет-сайты;

- нынешние русскоязычные печатные и электронные СМИ Республики Таджикистан не имеют отработанной редакционной политики в деле исполнения своих социальных, идеологических, а также просветительских функций и нуждаются в серьёзных реформах. Выступая главным инструментом формирования общественного мнения, СМИ необходимо обладать определёнными свойствами, необходимыми для выполнения задач перед гражданским обществом и государством;

- общественное мнение современного таджикского общества не оказывает влияния на разрешение политических и социально-экономических вопросов в целом. Однако имеются примеры того, что государственные структуры, в особенности, за последние три года, начинают обращать своё внимание на «глас народа» в интернет-пространстве, и, в этих случаях, можно наблюдать как положительное, так и негативное реагирование структур власти на выражение общественного мнения;

- на практике, современные интернет-ресурсы являются единственным инструментом, посредством которого, таджикская общественность имеет возможность выразить своё мнение по всему спектру политических и социально-экономических вопросов действительности. Однако подобная свобода, несёт такую же угрозу нестабильности страны, как и её полное отсутствие. В таких условиях, с целью осуществления постоянного мониторинга интернет-пространства, появляется необходимость в создании специальных структур. Кроме того, для стабилизации имеющегося дисбаланса общественного мнения в

Республике Таджикистан, возникает потребность в подготовке квалифицированных специалистов.

Апробация результатов исследования.

Результаты диссертационного исследования были представлены на научно-практических конференциях «Актуальные проблемы журналистики» (2012, 2013, 2014); «Поликультурное пространство Таджикистана: проблемы и перспективы» (2013); «Русскоязычные СМИ в условиях информационного общества Таджикистана» (2014).

Основные положения диссертации нашли отражение в статьях, опубликованных в ведущих научных изданиях, включённых в перечень ВАК РФ: «Вестник университета» (Российско-Таджикский (славянский) университет), «Вестник» (Таджикский национальный университет), «Вестник педагогического университета» (Таджикский государственный педагогический университет им. С. Айни). Также результаты исследования были опубликованы в сборниках, выпущенных по итогам конференций и в «Вестнике Академии образования Таджикистан» (Академия образования Таджикистана).

Диссертация обсуждена и рекомендована к защите на совместном заседании кафедр печатных СМИ и PR и истории и теории журналистики и электронных СМИ филологического факультета РТСУ (протокол №9 от 30 апреля 2015 г.)

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения и списка используемой литературы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении диссертационного исследования обоснована актуальность темы, определена степень научной разработанности, поставлены цели и задачи, определены методы, установлена научная новизна и практическая значимость, а также сформулированы положения, выносимые на защиту.

Первая глава диссертации – «СМИ и общественное мнение» состоит из двух разделов. В данной главе рассматриваются теоретические и практические основы СМИ в контексте формирования общественного мнения. Проанализирован теоретический материал, раскрывающий содержание понятий и концепций феномена общественного мнения в различные исторические периоды. Также определена роль современных СМИ, и выделены их основные функции в процессе формирования общественного мнения.

В первом разделе – «История, понятия и концепции феномена общественного мнения» проанализирована сущность понятий и концепций общественного мнения в историческом контексте, определены основные признаки, а также факторы его активности и развития на современном этапе.

Учитывая многогранность данного феномена, для более глубокого осмысления закономерностей общественного мнения, также были рассмотрены психологические, этические и реляционистские трактовки понятия.

Таким образом, автор пришёл к выводу, что в зависимости от исторического периода, происходила адаптация и последующая смена научных парадигм общественного мнения, вследствие характерного для данного понятия свойства – отражать реальное состояние общественного сознания, чувств, настроений и интересов общественных групп.

Было выявлено, что исследования учёных различных исторических эпох не давали однозначных выводов относительно данного феномена. Исходя из этого, общественное мнение можно рассматривать, как способ получения информации об окружающей действительности, институт социализации, инструмент адаптации индивида к особенностям определённой социальной группы и способ влияния на политические процессы.

Проанализировав большое количество определений, а также учитывая мнения многих исследователей, наиболее существенными и точными, являются следующие определения понятия «общественного мнения»:

- общественное мнение – состояние массового сознания, отражающее скрытое или явное отношение людей к событиям и фактам социальной реальности, а также к деятельности различных групп и отдельных личностей⁷;
- общественное мнение – согласие между представителями одной человеческой общности по вопросу, имеющему важное эмоциональное или ценностное значение, которое должны уважать и индивид и правительство под угрозой быть отвергнутым или свергнутым, по крайней мере, в виде компромисса в публичном поведении⁸.

Каналами выражения общественного мнения могут быть:

- опосредованные каналы (СМИ, Масс-медиа, средства наглядной агитации);
- прямые каналы (митинги, демонстрации, забастовки, личные контакты руководства с населением);
- специализированные каналы (опросы населения, референдумы, выборы).

Активность и значение общественного мнения определяется уровнем развития демократических институтов, а также зависит от социально-экономического уровня развития общества. Объектом общественного мнения

⁷ Общественное мнение // Свободная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс], – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki>

⁸ Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. – М.: Прогресс-Академия, 1996. – 305 с.

выступают события, явления и факты. Субъектом – социальная группа или общество в целом, имеющие совместные интересы.

Среди существующих концепций общественного мнения, наибольший интерес вызвало исследование У. Липпмана⁹, согласно которому познавательные способности индивида достаточно ограничены, а общественное мнение стоит разделить на «общественное мнение» с маленькой буквы и «Общественное мнение» с большой буквы.

Общественное мнение с маленькой буквы – это знание об окружающем мире, касающееся только интересов индивидов, возникающее в результате общественных событий или поведения других индивидов. В таких случаях люди руководствуются стереотипами, интерпретациями и моралью, присущей той или иной социальной группе. Чтобы понять отношение учёного к общественному мнению с маленькой буквы, достаточно прочесть эпиграф к его книге «Общественное мнение», в котором приведён фрагмент из «Государства» Платона. Узники пещеры могут наблюдать только за тенями мира, но вовсе не сам мир, вследствие чего они не могут знать о существовании действительной реальности, так как никогда не видели тех, кто отбрасывает эти тени.

Общественное мнение с большой буквы, напротив – образ реальности. Ими руководствуются группы людей или индивиды, обладающие преимуществом выступать от имени авторитетной группы. К таким группам можно отнести государственную власть.

У. Липпман считал, что основная задача демократического общества состоит в формировании общественного мнения, которое оказывало бы разумное и рациональное влияние на сферы управления и политические процессы. Познавательные способности индивида ограничены, он не может быть абсолютно информированным, так как окружающая его среда является сложным и изменчивым образованием. Преодолевая разнообразие мира, человек систематизирует знание о нём в категории. Эти категории – фикции, стереотипы, элементы «псевдосреды», с помощью которых человек приспосабливается к своему окружению. Поведение человека есть реакция на стимулы «псевдосреды». Стереотипы объединяются в системы стереотипов, которые предстают в виде повседневных укладов, верований, учений, социальных институтов и т.д. И так вплоть до стереотипа, охватывающего все системы стереотипов и известного под названием «социальная реальность»¹⁰.

⁹ Липпман У. Общественное мнение. – М., 2004. – 215 с.

¹⁰ Семендяева, О.Ю. Критический анализ концепций «стереотипа» в социальной психологии США // Социологические теории и социальные изменения в современном мире. – М., 1986. – 184 с.

Во втором разделе – «Роль и функции СМИ в процессе формирования общественного мнения» определяются закономерности функционирования и роль СМИ в формировании общественного мнения. В этой связи стало важно установить степень воздействия СМИ на формирование общественного мнения, а также определить, в данном контексте, основные функции СМИ в условиях современной политической и социально-экономической ситуации Республики Таджикистан.

Спорный характер вопроса воздействия СМИ на общественное мнение определил три точки зрения: 1. СМИ играют исключительную роль в формировании общественного мнения; 2. СМИ не формируют мнения, но могут укрепить уже сформированные взгляды и суждения; 3. СМИ не способны влиять на мнение и поведение общественных масс.

Проанализировав указанные точки зрения, автор пришёл к выводу, что выполняя функцию определения общественной жизни, общественное мнение также определяет ту или иную направленность в деятельности не только СМИ, но и различных социальных институтов. В тоже время, идеология и пропаганда СМИ формируют общественное мнение. Из этого следует, что общественное мнение и СМИ находятся в тесной взаимосвязи, и, выполняя социальный заказ, формируют гражданскую позицию в целом.

Среди разнообразия функций СМИ в процессе формирования общественного мнения, были выделены наиболее важнейшие из них – функции социального контроля, информационно-оценочная, образовательно-воспитательная, консультативная, оперативная, и, наконец, мобилизационная.

Вторая глава диссертационной работы – «Особенности формирования общественного мнения СМИ Республики Таджикистан» состоит из трёх разделов. В ней рассматривается процесс развития воздействия таджикских СМИ на формирование общественного мнения в период становления независимости Республики Таджикистан до сегодняшних дней. Основное внимание уделяется анализу современной таджикской русскоязычной прессы, в контексте медиапотребления и доступности информации, а также способам и методам формирования общественного мнения.

Развитие процесса воздействия СМИ Республики Таджикистан на общественное мнение, можно охарактеризовать следующими историческими этапами: 1. распад СССР; 2. становление независимости Республики Таджикистан; 3. начало гражданской войны; 4. начало мирного урегулирования межтаджикского конфликта; 5. конец гражданской войны; 6. современная действительность.

В ходе проведённого анализа выяснилось, что всего лишь за четверть века (1991-2015), роль СМИ Республики Таджикистан в формировании общественного

мнения определялась по-разному. Если в самом начале своего развития СМИ имели основополагающее значение в формировании самосознания граждан, создании единой гражданской позиции, направленной на устранение конфликтов и сплочения нации, то нынешние СМИ находятся на стадии регресса.

Рассматривая роль современных СМИ в формировании общественного мнения, можно заключить, что частные СМИ предпринимают попытки освещать реальную жизнь общества, в то время, как государственные находятся под контролем официальных властей. Частные СМИ, находясь на собственном финансовом обеспечении, а также в условиях конкуренции, вынуждены бороться за своего читателя посредством публикации острых и злободневных материалов, в то время как государственные СМИ, находясь на государственном обеспечении и имея сравнительно большое количество постоянных подписчиков за счёт государственных служащих, не предпринимают попыток в создании действенных материалов, направленных на формирование общественного мнения. Многочисленные судебные иски госчиновников на журналистов, пытающихся объективно осветить жизнь страны, свидетельствуют о наличии свободы слова в Республике Таджикистан. Если в начале становления независимости страны, наблюдались случаи административного давления на журналистов (давление на издателей и журналистов, отказ типографий печатать тираж по неформальному распоряжению и т.д.), то на сегодняшний день, таджикское журналистское сообщество, в отличие от коллег из соседних Среднеазиатских республик, имеет достаточные условия для свободного и объективного освещения актуальных вопросов действительности.

Однако, несмотря на данные условия и возрастающее число печатных изданий, утверждать о прогрессирующей роли СМИ в Республике Таджикистан не представляется возможным. Основная причина некомпетентности, по мнению автора, заключается в оттоке профессиональных кадров за рубеж, а также непрофессионализм редакционных коллективов в организационно-правовой и экономической сфере. Как следствие, должным образом, не реализуются материальные, информационные и творческие ресурсы редакционных коллективов.

Реализация основной функции журналистики, заключающаяся в формировании общественного мнения, в таджикских СМИ носит противоречивый характер и, зачастую теряет свою направленность. Не отвечающая современным требованиям роль СМИ, как регулятора общественных настроений, является следствием отсутствия чёткой и единой информационной политики, как государства, так и самих СМИ. В тоже время, несмотря на все проблемы и трудности, в средствах массовой информации Республики Таджикистан,

наблюдаются попытки осветить реальную жизнь общества, а не позицию, удобную тем или иным институтам.

В первом разделе второй главы – «Анализ медиапотребления и доступности информации в печатных и электронных СМИ Республики Таджикистан» проведён анализ информационной доступности в Республике Таджикистан, вызванный потребностью определения, насколько предоставляемая информация соответствует правилам и нормам адекватного информационного обмена. Соблюдение данных правил и норм обеспечивает соответствующие действия общественных отношений, при которых, происходит не только обогащение общества полезными знаниями, но и реализуется эффективное управление его элементами.

Одним из важных показателей доступности информации служат результаты анализа медиапотребления, которые, в свою очередь, отражают эффективность СМИ. Подобные исследования предоставляют возможность определения медиаповедения индивидов, способствуют выявлению социальной психологии, а также обоснованию логики поведения социальных слоёв.

Для оценки медиапотребления в Республике Таджикистан были использованы данные социологического мониторинга, проведённого аналитическо-исследовательской компанией «Z-Analytics Group» в 2014 году.

Доступность информации рассматривалась по следующим аспектам: 1. физиологический; 2. временной; 3. физико-технический; 4. финансовый; 5. семиотический.

Таким образом, анализ медиапотребления в Республике Таджикистан, показал, что на первом месте, среди предпочтений граждан, находится национальное телевидение (82,3%) – его смотрят практически во всех регионах страны, независимо от местности, половому и возрастному признаку. Затем следуют газеты, на вопрос о читаемости которых ответило 61,5% респондентов.

О прослушивании радиостанций положительный ответ дали 32,2% респондентов. Преобладающее число опрошенных респондентов, которые признались в незнании радиостанций, приходится на долю населения Душанбе и составляет 41,5%, затем следует Согдийская область (40,1%), районы республиканского подчинения (38,5%), ГБАО (21,2%) и Хатлонская область (18,4%). Самое меньшее число слушателей радиостанций имеют возраст от 16-22 лет. Что касается такого показателя, как уровень образования, то респонденты, имеющие образование выше среднего, также входят в меньшинство радиослушателей (42,2%). Половая идентичность показала, что среди представителей женского пола слушателей меньше, чем среди мужчин.

Исследование респондентов, читающих журналы, было проведено только в пределах города Душанбе и выявило следующие результаты: 25,8% – читают

журналы, 74,2% – не читают. Количество читающих среди женского пола составило 30,3%, а мужского – 21,9%, при этом возраст основной аудитории, читающих журналы, составляет от 16 до 22 лет (34,1%). Самооценка материального состояния семьи выявила, что уровень дохода не имеет особого влияния на потребление глянцевого продукта, также как уровень образованности опрошенных респондентов¹¹.

Анализ доступности информации выявил проблемы на семиотическом и физиологическом уровнях. Мониторинг СМИ Республики Таджикистан позволил сделать вывод о том, что информация на русском и других языках, предоставляется в значительно меньшей мере, нежели на таджикском, и имеет скорее развлекательный, чем политический и социально-экономический характер.

Согласно данным Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан¹², в национальный состав населения, кроме таджиков входят представители более 34 национальностей, численность некоторых из которых составляет более 1000 человек, и еще 55 национальностей с меньшей численностью. Из этого количества своим родным языком владеют представители 71 национальности, таджикским языком владеют представители 52 национальностей, а русским языком – 58 национальностей. Если перевести эти цифры на количество человек, то мы получим результат, согласно которому, из общей численности населения Республики Таджикистан (7.564.502 человек) 1.166.833 человека не владеют, ни русским, ни таджикским языком. Если учесть тот факт, что электронные и печатные СМИ в Республике Таджикистан издаются, в большинстве своём, на таджикском и русском языках, то 15% населения страны находятся в информационном вакууме и практически изолированы от общественно-политической жизни страны.

Что касается физиологического аспекта, то таджикские СМИ рассчитаны в основном на здорового человека, но, как и в любом обществе, в стране есть немало людей с ОВЗ (ограниченными возможностями здоровья). В этом отношении можно выделить национальные телевизионные каналы «Сафина» и «Шабакан ақум», которые передают информационные блоки и транслируют определённое количество фильмов в сопровождении субтитров.

Во втором разделе второй главы – «Анализ воздействия русскоязычной прессы Республики Таджикистан на формирование общественного мнения» выявлены положительные и отрицательные стороны в применяемых способах и

¹¹ Анализ медиапотребления в Республике Таджикистан – 2014 год // Отчет консалтинговой компании «Z-Analytics Group». – Душанбе, 2014.

¹² Национальный состав, владения языками и гражданство населения РТ. Т. 3. // Отчет Агентства по статистике при Президенте РТ. – Душанбе, 2012.

методах воздействия СМИ Республики Таджикистан на формирование общественного мнения.

На основе изученных методик анализа журналистских текстов, была разработана методология анализа, адаптированная под условия современной Республики Таджикистан. Мониторинг русскоязычных печатных СМИ Республики Таджикистан, проводился по следующим показателям: 1. информационное содержание публикаций; 2. актуальность; 3. декодируемость; 4. лексико-стилистическая грамотность; 5. использование жанровых форм; 6. использование иллюстраций; 7. логичность и аргументированность; 8. реализация идеологической функции журналистики; 9. использование методов воздействия на аудиторию.

Для исследования были выбраны три русскоязычных периодических печатных издания: «Азия Плюс», «Дайджест Пресс»; «Вечерний Душанбе».

Согласно проведённому исследованию, в целом, тематическая направленность газет соответствует декларируемой. Социально значимая информация в общем объёме публикаций составляет лишь 48%, и предоставляется в основном в жанре заметок и хроник, что не позволяет в полной мере использовать методы и механизмы по формированию общественного мнения и ориентировать население страны по актуальным или остро поставленным вопросам. Соотношение авторских и заимствованных материалов в прессе составляет 55,9% к 44,1%.

Исследование жанровых особенностей СМИ в контексте формирования общественного мнения выявило однообразие жанрового диапазона публикаций. В рассматриваемых изданиях фактографическая и комментаторская основа журналистских текстов преобладает над аналитическими жанрами, использование которых является наиболее результативными в процессе формирования общественного мнения.

Основными преимуществами рассматриваемых газетных изданий можно выделить актуальность выбранных тем, локальность информации и декодируемость публикаций. Среди недостатков газет можно назвать все остальные аспекты, такие как преобладающее количество заимствованных материалов, однообразие жанровой палитры публикаций и плохое качество иллюстраций, лексико-стилистическая неграмотность журналистов и т.д. Единственной, из рассмотренных русскоязычных изданий, газетой, предпринимающей попытки в развитии и формировании общественных мнений и позиций, является газета «Азия Плюс», которая, в целом, отвечает всем требованиям современной журналистики.

Таким образом, полученные в результате исследования выводы, позволяют констатировать, что русскоязычные печатные СМИ не оказывают влияние на рост

и развитие сознательности общественных масс. Качество предоставляемой информации не способно ориентировать читательскую аудиторию в процессах, происходящих как внутри республики, так в мире в целом. Современная русскоязычная пресса Республики Таджикистан имеет довольно слабые позиции в постановке и обсуждении общественно значимых проблем, вследствие чего, не становится связующим звеном между гражданским обществом и политической властью.

В третьем разделе второй главы – «Способы и методы формирования общественного мнения через СМИ» исследованы и определены наиболее эффективные способы и методы формирования общественного мнения, а также рассмотрены основные этапы в процессе его формирования.

Одним из основных качеств массовой информации, является многообразие форм и методов идеологического воздействия. Формирование общественного мнения зависит от ряда факторов и имеет определённые этапы развития. Каждому способу формирования общественного мнения присущи свои методы и механизмы, которые должны применяться в строгом соответствии с логическими процессами формирования единого мнения.

Среди эмоциональных способов формирования общественного мнения, в СМИ Республики Таджикистан используют метод «воздействия через негативную реакцию», а в качестве механизмов: самораскрытие, заражение, внушение.

К стихийным способам часто прибегают, как частные, так и государственные СМИ, среди которых, пользуется популярностью методы привлечения «частных агентов воздействия», создание имиджа, использование рекламы и отвлечения.

Рационально-сознательные способы, предполагающие метод обнародования результатов опросов общественного мнения, популярен среди общественно-политических печатных изданий и информационных интернет-сайтов.

Третья глава диссертационной работы – «Роль интернет-ресурсов в формировании общественного мнения» состоит из двух разделов. В данной главе рассматривается роль внутренних и внешних интернет-сайтов, а также определены перспективы развития интернет-ресурсов в формировании общественного мнения. Приведены примеры освещения социально-значимых событий страны на информационных сайтах Республики Таджикистан и Российской Федерации, благодаря которым, можно увидеть разницу не только в подаче информации и применении методов формирования общественного мнения, но и в эффективности воздействия данных материалов на читательскую аудиторию.

Например, в июле 2012 года, в Республике Таджикистан были временно заблокированы популярные интернет-сайты, в число которых, вошли сайты

«BBC», «Лента.ру», сайт телеканала «Вести», «Озадагон», Youtube и fergananews.com¹³. В ноябре того же года была временно заблокирована социальная сеть «Facebook»¹⁴. Тогда официальные лица и пресс-службы государственных органов воздерживались от ответа на вопрос о причинах блокирования сайтов. Однако, как выяснилось позже, произошло это вследствие известных событий, произошедших на Памире, когда некой местной группировкой было совершено убийство руководителя управления Комитета национальной безопасности по Горно-Бадахшанской области, после чего, в город Хорог были направлены правительственные войска с целью обеспечения правопорядка и законности.

События освещались в основном частными и зарубежными СМИ, причём, информация в зарубежных источниках разительно отличалась от официальных заявлений, которым, также противоречили сообщения местных жителей, данные в социальных сетях и видеохостингах. Так, например, российские источники заявляли о 200 погибших, в результате проведённой операции, со стороны жителей Горно-Бадахшанской области и 60 погибших со стороны правительственных сил. Кроме того, этими же СМИ были опубликованы сведения об атаке города с воздуха, а также о наличии жертв среди мирного населения, в то время как республиканские телевизионные каналы сообщали о 30 уничтоженных «преступниках» и 12 убитых военнослужащих, при этом подчёркивая, что жертв среди мирного населения не имеется¹⁵.

Недостаточное освещение данного конфликта и отсутствие комментариев со стороны государственных и частных СМИ Таджикистана объясняется стремлением обеспечить внутреннюю безопасность страны. В данном случае, таджикские журналисты прибегли к методу «замалчивания», которые должны были ликвидировать угрозы возможных беспорядков среди мирного населения, организованными преступными группами.

Однако население Республики Таджикистан начало стремительно получать информацию со стороны зарубежных интернет-сайтов, которые максимально оперативно отреагировали на данную ситуацию и заполнили интернет-пространство аналитическими материалами, в которых использовались

¹³ Шохинова Н. В Таджикистане закрыли доступ к ряду интернет-СМИ [Электронный ресурс], – URL: <https://www.dw.de/в-таджикистане-закрыт-доступ-к-ряду-интернет-сми/a-16132109.html> – статья в интернете.

¹⁴ Филь М. Влияние феномена «социальных сетей» на процессы самоорганизации общества // НИИ Социологии [Электронный ресурс], – URL: <http://niisocio.ru/press-centr/nauchnye-stati/142-vliyanie-fenomena-sotsialnykh-setej-na-protsessy-samoorganizatsii-obshchestva> – статья в интернете.

¹⁵ Краснов П. Вторая таджикская война [Электронный ресурс], – URL: <http://www.rusproject.org/node.html> – статья в интернете.

достаточно действенные механизмы и инструменты по формированию общественного мнения, воздействие которых можно проследить по комментариям интернет-пользователей.

Так, например, статьи российских сайтов, посвящённые данной теме, в основном освещали события в контексте противоборства оппозиции и официальных властей, из которых вытекали существующие проблемы наркотрафика на таджикско-афганской границе¹⁶. Используя эмоциональные способы формирования общественного мнения, основанные на межличностных коммуникациях, российские журналисты использовали механизмы самораскрытия и вовлечения, активно применяя оценочные эмоционально-экспрессивные высказывания, а также метод воздействия через негативную реакцию.

В итоге использования данных методов и механизмов, были достигнуты очевидные цели, которые были поставлены изначально, а именно подрыв имиджа государственной власти Республики Таджикистан, о чём свидетельствуют комментарии читателей, которые содержат исключительно негативные мнения относительно всех участников событий.

В таких условиях появляется острая необходимость создания эффективных моделей формирования общественного мнения, которые бы использовались, в первую очередь национальными СМИ и пресс-службами государственных учреждений в интернет-пространстве. Используя профессионализм и компетентность журналистского сообщества, государство сможет решить ряд важных задач, среди которых можно выделить: поднятие политического имиджа государства и его лидера, повышение уровня доверия граждан к правительству и сплочения нации, поднятие патриотического духа и реализацию идеологической политики государства.

Резюмируя полученные в ходе исследования данные, можно сказать, что современное общество предпочитает активное использование социальных сетей, где происходит быстрая межличностная коммуникация, как на уровне просмотра фотографий, так и краткого обзора ленты новостей. Обмен мнениями происходит обычно в группах социальных сетей и форумах интернет-сайтов, где читатели могут оставить свои комментарии, не опасаясь привлечения к административной или иной ответственности.

В первом разделе третьей главы – «Национальные и российские интернет-сайты в процессе формирования политического имиджа

¹⁶ Володин А. Подоплека событий в Горно-Бадахшанской автономной области Таджикистана [Электронный ресурс], – URL: <http://topwar.ru/16883-podopleka-sobytyiy-v-gorno-badahshanskoj-avtonomnoy-oblasti-tadzhikistana.html> – статья в интернете.

государства» приведён сопоставительный анализ официальных веб-сайтов государственных органов Республики Таджикистан и Российской Федерации, который позволил оценить нынешнее состояние информационных ресурсов и выявить основные ошибки творческих коллективов данных структур в процессе формирования политического имиджа.

В условиях ускоренного развития информационного общества следует подчеркнуть особую роль созданию международного положительного имиджа государства, который несёт в себе огромную информационно-воспитательную функцию, как для его этноса, так и народа в целом. Имидж государства свидетельствует о его месте в мировом сообществе, а также о мощи и уровне развития, что позволяет внутреннему и внешнему обществу выработать позитивную оценку о стране. При рассмотрении через призму общественного мнения, государственно-политический имидж является образом в национальном сознании. Способность власти оказывать то или иное воздействие на деятельность и поведение индивидов, посредством определенных методов и механизмов, актуализировала проведение анализа данного воздействия через официальные интернет-сайты.

Таким образом, официальные сайты были рассмотрены и изучены согласно следующим показателям: 1. доступность; 2. привлекательность дизайна; 3. удобство и практичность интерфейса; 4. поддержка иностранного языка или языка национальных меньшинств; 5. регулярность обновления; интерактивность; 7. информационная наполняемость; 8. мультимедийные презентации; 9. рейтинг сайта в сети Интернет.

Использование данной методики рассмотрения интернет-сайтов предоставило возможность объективно оценить состояние официальных таджикских интернет-сайтов, определить степень реализации национальной Концепции электронного правительства и разработать практические методы по совершенствованию их деятельности.

Для сопоставительного анализа были отобраны официальные сайты государственных органов Республики Таджикистан и Российской Федерации.

- president.tj – официальный сайт Президента Республики Таджикистан; parliament.tj – официальный сайт парламента Республики Таджикистан; mfa.tj – официальный сайт Министерства иностранных дел Республики Таджикистан.

- kremlin.ru – официальный сайт Президента Российской Федерации; government.ru – официальный сайт правительства Российской Федерации; mid.ru – официальный сайт Министерства иностранных дел Российской Федерации.

Анализ характеристик и особенностей официальных интернет-сайтов Республики Таджикистан и Российской Федерации, выявил существенные недостатки таджикских сайтов, включая: несоблюдение интерактивности;

отсутствие мультимедийных презентаций и версий сайта для людей с ОВЗ; формальный характер информационных материалов; недостаточное информационное наполнение сайтов, которое, в первую очередь, относится к отсутствию достоверной информации, как для гражданского общества, так и СМИ.

Во втором разделе третьей главы – «Роль социальных сетей в формировании и выражении общественного мнения» проводится комплексный анализ таджикских сегментов рейтинговых социальных сетей.

Растущая популярность социальных сетей, блогов, форумов и т.д. создаёт новые механизмы воздействия на общественное мнение, в роли которых выступают оценки, отзывы и комментарии интернет-пользователей, признанных авторитетными и компетентными в виртуальном пространстве. Происходит формирование принципиально новой зоны влияния, в которой образуются новые способы выражения и формирования общественного мнения, находящиеся вне контроля государственной власти¹⁷.

Сегодня социальные сети, стремительно трансформируются в своеобразную арену выражения гражданской позиции, где происходит процесс формирования общественного мнения, что впоследствии, может воздействовать на принятие тех или иных политических решений официальными и государственными лицами. Мониторинг и оценка социальных сетей, способствует быстрому реагированию государственной власти на негативные общественные процессы, определению и снижению активности очагов протестных мнений, направлению общественного мнения в нужное русло.

На основе собственного опыта общения автора в таджикских сегментах социальных сетей, можно сделать вывод о том, что подавляющее число пользователей Республики Таджикистан используют социальные сети, как средство общения и коммуникации на уровне публикации фотографий, оценок, комментариев и личной переписки (Одноклассники, ВКонтакте, Мой мир, Instagram, Twitter). Время, проводимое в социальных сетях, расходуется на просмотр публикаций развлекательного характера и использования игровых приложений.

Так, например, самая популярная социальная сеть в Республике Таджикистан – Одноклассники, представляет собой арену многочисленных интернет-магазинов, а также постов, активно пропагандирующих религиозные и экстремистские течения. Несмотря на значительную численность участников в

¹⁷ Филь М. Влияние феномена «социальных сетей» на процессы самоорганизации общества // НИИ Социологии [Электронный ресурс], – URL: <http://niisocio.ru/press-centr/nauchnye-stati/142-vliyanie-fenomena-sotsialnykh-setej-na-protsessy-samoorganizatsii-obshchestva> – статья в интернете.

социальных группах, говорить о присутствии какого-либо общественного мнения или проявлении гражданской позиции в данном случае невозможно. Материалов и информации, а также активность пользователей относительно социально значимых вопросов современного общества практически не выявлено.

Вторая по популярности социальная сеть Facebook, сосредоточила в себе наиболее образованную часть населения и дала толчок созданию социально значимых групп, в которых происходит активное обсуждение вопросов, поставленных на повестку самими пользователями или модераторами. Например, в Республике Таджикистан, свои профильные страницы в Facebook имеют практически все действующие радиостанции, печатные издания, коммерческие, общественные, международные и государственные организации, Президент и официальные лица, образовательные учреждения, международные организации и дипломатические представительства в Республике Таджикистан, союзы и объединения; авторитетные личности и известные журналисты и т.д.

Что касается групп и сообществ в таджикском сегменте Facebook, то, в общем, их можно разделить на следующие группы: правительственные, социальные, научно-образовательные, этнические, коммерческие, оппозиционные и общие.

В качестве положительного примера в развитии общественного мнения, можно привести группу «Я – Душанбинец!», которую создали таджикские журналисты З. Абдуллаев и Г. Амиршоева, как инструмент связи местных властей с гражданским обществом. Сотни обращений граждан по актуальным вопросам и насущным проблемам города активно обсуждаются и решаются на разных уровнях. Модераторы группы систематически выкладывают полезную для горожан информацию и отчётность по решению поставленных проблемных вопросов.

Что касается таджикских социальных сетей – Parta.tj и Tajik.Net, необходимо отметить, что наличие сравнительно малого числа пользователей лишает возможности активного развития данного сегмента таджикского интернет-пространства. Однако существующие сообщества и группы, имеют достаточно высокий потенциал сосредоточить активную часть населения и стать платформой для выражения гражданского мнения.

Учитывая недовольство общественных масс из-за систематических блокировок социальных сетей и отрицательное отношение правительства Республики Таджикистан ввиду участия определённых слоёв населения в данных сетях, таджикские социальные сети можно рассматривать в качестве компромисса, который способен решить ряд некоторых важных задач. В первую очередь это контроль общественных настроений, борьба против проявлений

дестабилизации общества и экстремизма, а также деятельность по консолидации таджикского общества.

Таким образом, перспективы использования социальных сетей в целях консолидации общественных масс, формирования и развития общественного мнения в Республике Таджикистан, фактически предоставляют три социальные сети из одиннадцати популярных, а именно Facebook, Parta.tj и Tajik.Net.

В заключении диссертации подведены итоги и сформулированы выводы согласно поставленной цели и задачам исследования.

Исторический анализ роли и функций СМИ в Республике Таджикистан выявил, что в период приобретения суверенитета и социально-экономической нестабильности, вызванной гражданским противостоянием, роль СМИ в формировании общественного мнения имела гораздо большее значение в процессе становления и развития независимых СМИ, нежели в нынешнее время. В настоящее время, наблюдается снижение роли воздействия СМИ в формировании общественного мнения относительно современных политических и социально-экономических процессов, происходящих в Республике Таджикистан.

Современные русскоязычные печатные СМИ Республики Таджикистан имеют слабые позиции в постановке и обсуждении актуальных проблем общества, вследствие чего, не являются связующим звеном между гражданским обществом и политической властью. Отрицательными сторонами таджикских печатных изданий являются: преобладающее количество заимствованных материалов, лексико-стилистическая неграмотность журналистов, а также однообразие жанрового диапазона и плохое качество иллюстраций.

Преобладающее количество СМИ в Республике Таджикистан старается не затрагивать общественно-значимые темы, которые вызывают реальный и живой интерес у населения. В результате этого, в Таджикистане наблюдается снижение интереса и уровня доверия граждан к национальному телевидению, радиовещанию и прессе.

Поликультурный характер Республики Таджикистан определяет наличие многоязычия в стране. В таких условиях, на СМИ накладывается ещё большая ответственность, заключающаяся в формировании в обществе, таких понятий, как толерантность, признание различий, ненасилие и веротерпимость. Таджикские СМИ, на сегодняшний день, не всегда могут реализовать данные задачи по ряду объективных и субъективных причин. В связи с чем, повышается потребность населения в дополнительных источниках информации, которые они обнаруживают в интернет-пространстве.

Рост и активизация интернет-пользователей в выражении общественных мнений в глобальном сетевом пространстве неоднозначно воспринимается

государственными властями Республики Таджикистан, о чём свидетельствует периодическое блокирование и запрет доступа к информационным веб-сайтам и социальным сетям, вызывающим интерес среди большинства населения республики.

Стремление населения получить информацию из зарубежных источников, которые не всегда предоставляют объективную информацию, приводит к проникновению интервенции и манипуляций в информационное пространство Республики Таджикистан, которые работают в интересах тех или иных целевых групп.

Согласно результатам, полученным в ходе анализа официальных веб-сайтов государственных структур Республики Таджикистан, можно заключить, что официальные органы власти, несмотря на существующий потенциал, не могут обеспечить общественность полной и достоверной информацией практически ни по одному значимому и актуальному вопросу. Вследствие недостаточности общественно-политических и информационно-аналитических материалов в таджикских СМИ и официальных интернет-ресурсах, с одной стороны, создаётся информационный вакуум населения в подобного рода сферах, а с другой – обращение к зарубежным информационным источникам, которые зачастую публикуют не объективную и искажающую реальность информацию. Все это, в итоге, может привести к отстранению гражданского общества от политического курса, что, несомненно, может привести к отчуждению общества от правящей власти и необратимым негативным последствиям.

Концентрирование разных слоёв населения в социальных сетях трансформируют их в арену свободного выражения мнений, взглядов и позиций. Таким образом, возможно возникновение принципиально новой зоны влияния, в которой формируются инновационные способы выражения и формирования общественного мнения, находящиеся вне контроля государственной власти. В Республике Таджикистан выражение мнений в социальных сетях приобретает вид борьбы против действующей власти, зачастую являясь результатом работы враждебно настроенных оппозиционных сил и иностранного влияния.

Опираясь на результаты настоящего исследования и очевидную необходимость повышения эффективности деятельности СМИ, официальных интернет-сайтов государственных структур и правительства Республики Таджикистан, были разработаны следующие методы для налаживания контакта – государство-СМИ-аудитория.

- Для средств массовой информации Республики Таджикистан:

1. Систематически организовывать образовательные курсы для творческих коллективов, с целью повышения уровня профессиональной грамотности журналистов.

2. Повысить качество типографских услуг для печатных изданий.

3. За счёт сокращения количества заимствованных материалов, качественно активизировать процесс освещения социально-политических, экономических и правовых тем, отвечающих требованиям актуальности и релевантности.

4. Увеличить количество публикаций с аналитической основой изложения, с целью формирования общественного мнения.

• Для официальных интернет-сайтов государственных структур Республики Таджикистан:

1. Повысить уровень профессионализма сотрудников, путём организации тренингов и курсов повышения квалификации в области журналистики, психологии, социологии и информационных технологий, с целью повышения технической и информационной оснащённости и наполненности интернет-сайтов.

2. Модернизировать сектора информации для гражданского общества и СМИ.

3. Организовать доступную информационно-коммуникационную связь между субъектами государственной власти и гражданским обществом по общественно-значимым проблемам.

4. Внедрить систему электронного голосования и форумов для граждан, в целях мониторинга общественного мнения и обеспечения прозрачности деятельности структуры.

5. Создать версии веб-сайтов для людей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), а также мобильную и RSS версии.

• Для правительства Республики Таджикистан:

1. Создать централизованную базу данных, способную обеспечить деятельность всех подразделений государственных организаций, что является одной из важных задач «Концепции формирования электронного правительства в Республике Таджикистан».

2. Всем государственным учреждениям установить и поддерживать более прочную связь со СМИ, посредством повышения активности пресс-служб и улучшение работы специалистов по связям с общественностью.

3. Усовершенствовать практику проведения открытых пресс-конференций первых лиц государства с журналистами, молодежью и представителями общественных организаций, с целью повышения уровня доверия граждан к правительству Республики Таджикистан.

4. Рассмотреть возможность сотрудничества с владельцами таджикских социальных сетей, пропагандируя их популярность среди населения Республики Таджикистана, с целью снижения иностранной информационной интервенции и повышения реализации задач по консолидации общества и необходимого общественного мнения.

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

а) статьи, опубликованные в журналах рекомендованных ВАК Российской Федерации:

1. Бокиева Л.Ф. Роль СМИ в формировании общественного мнения в период независимости Таджикистана // Вестник таджикского национального университета. – Душанбе: Сино, 2014. – №4/2 (133). – С. 292-296.

2. Бокиева Л.Ф. Жанры журналистики и формирование общественного мнения // Вестник таджикского национального университета. – Душанбе: Сино, 2014. – №4/3 (137). – С. 290-294.

3. Бокиева Л.Ф. Методы воздействия СМИ Таджикистана на массовую аудиторию // Вестник университета. – Душанбе: РТСУ, 2014. – №2 (45). – С. 246-251.

4. Бокиева Л.Ф. Язык СМИ в процессе формирования общественного мнения // Вестник педагогического университета. – Душанбе: Сабрина-К, 2014. – №4 (59). – С. 316-321.

б) статьи, опубликованные в других изданиях:

5. Бокиева Л.Ф. Концептуальные особенности функционирования общественного мнения // Вестник Академии образования Таджикистана. – Душанбе: Матбаа, 2014. – №4(18). – С. 145-149.

6. Бокиева Л.Ф. Роль Интернет-СМИ в поликультурном пространстве Таджикистана // Актуальные проблемы журналистики. Сборник научных статей. Выпуск 7. – Душанбе: РТСУ, 2014. – С. 136-140.

7. Бокиева Л.Ф. Русскоязычные интернет-ресурсы в процессе формирования общественного мнения // Русскоязычные СМИ в условиях информационного общества Таджикистана. Материалы Республиканской научно-практической конференции. – Душанбе: РТСУ, 2014. – С. 78-85.

Сдано в набор 08.07.2015. Подписано в печать 9.07.2015
Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура литературная
Формат 60x84_{1/16}. Услов. печ. л. 1,5
Тираж 130 экз. Заказ № 123