Кульчицкая Диана Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры новых медиа и теории коммуникации факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, e-mail: Diana_ku@mail.ru

АУДИОВИЗУАЛЬНЫЕ ЭТНИЧЕСКИЕ СМИ ТАТАРСТАНА КАК ЧАСТЬ МЕДИАЛАНДШАФТА РЕСПУБЛИКИ: КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ И ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

В статье анализируются этнические аудиовизуальные СМИ республики Татарстан. Под этническими массмедиа автор понимает те средства массовой информации, которые выходят на татарском языке или являются двуязычными. В исследовании выделены этнические радиостанции и телеканалы, осуществляющие вещание с территории города Казань и зарегистрированные там. Автор анализирует их структуру собственности, тематическую направленность, пытается определить место этих СМИ в медиасистеме Республики Татарстан.

Ключевые слова: *медиасистема Татарстана, этнические СМИ, СМИ на языках народов России, аудиовизуальные массмедиа, медиа как инструмент консолидации этнической группы.*

Diana Yu. Kulchitskaya, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of New Media and Theory of Communication, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: Diana_ku@mail.ru

ETHNIC AUDIOVISUAL MASS MEDIA OF TATARSTAN AS PART OF THE REPUBLIC'S MEDIA LANDSCAPE: A QUANTITATIVE AND TYPOLOGICAL ANALYSIS

The article analyzes ethnic audiovisual mass media of the Republic of Tatarstan. By ethnic mass media the author means those which broadcast in the Tatar language or are bilingual. The focus is on the radio stations and television channels which broadcast from the city of Kazan and are registered there. The author examines their ownership structure and their thematic orientation, attempts to define the role of these mass media in the media system of the Republic of Tatartstan.

Key words: *media system of Tatarstan, ethnic mass media, mass media in the languages of the peoples of Russia, audiovisual mass media, media as a tool for consolidating ethnic groups.*

Потенциал этнических СМИ в интеграции национальных групп

Многие современные исследователи отмечают, что средства массовой информации не только выполняют в обществе функцию информирования и социального ориентирования, но и способ-

ствуют интеграции общества, созданию единого информационного пространства (Вартанова, 2009: 161; Джазоян, 2014). Формирование общей информационной среды на языке народа страны позволяет консолидировать общество, передавать культурное наследие. Это особенно актуально для такой огромной страны, как Россия, где русский народ является титульной нацией, но на территории государства существует огромное количество местных этнических групп. Русский язык и принадлежность к русской культуре объединяют эти этнические группы, а СМИ должны способствовать созданию общего информационного пространства русскоговорящего населения.

Однако есть и другая задача, которую массмедиа также в состоянии выполнить. Речь идет о сохранении культурного наследия и в том числе языка этнических групп, проживающих на территории России. По данным последней переписи 2010 г., в РФ проживает более 180 национальностей, многие из которых сложно назвать меньшинствами, так как их численность довольно значительна. Эти этнические группы с давних времен имели поселения на территории страны и являются неотъемлемой частью национального состава России. Сохранение их специфической культуры является серьезной задачей, которая в глобализирующемся обществе сложна для выполнения. Однако СМИ имеют большой потенциал для ее реализации.

В России интерес к этническим СМИ начинает возрождаться с начала 2000-х. Одно из свидетельств этого – создание в 2003 г. Гильдии межэтнической журналистики. Эта организация ведет активную образовательную деятельность, выпускает специализированную печатную вкладку «Национальный акцент», которая распространяется как приложение к изданию «Аргументы недели». Цель организации – просвещение журналистов в сфере этнической тематики, пропаганда толерантного отношения к представителям разных национальностей, борьба с языком вражды и ненависти, а также знакомство широких слоев населения с традициями и культурой этнических групп, проживающих на территории РФ.

Возросший интерес к этнической тематике можно объяснить тем, что после распада Советского Союза кардинально изменилась структура общества, в том числе и национальный состав. Возникли проблемы нетерпимости по отношению к представителям разных этнических групп, в том числе и тех, которые исконно проживали на территории России.

В то же время, несмотря на возросший интерес к этнической проблематике, в научной литературе практически нет исследований, которые попытались бы систематизировать информацию об этнических СМИ России, проанализировать их материалы, понять, какие функции они выполняют. На сайте Гильдии межэтнической журналистики была предпринята попытка систематизации, однако список СМИ, представленных на сайте Гильдии, является неполным. Кроме того, под этническими СМИ авторы перечня понимают как СМИ, освещающие национальную тематику, так и СМИ на национальных языках. Исследования последних лет, в которых затрагивается тема этнических СМИ, в основном посвящены лингвистическим аспектам, а не системной классификации этих массмедиа (Гилязова, 2012; Гарифуллин, Сунгатов, 2015; Хабибуллина, Иванова, 2016). В то же время следует отметить, что есть отдельные публикации, в которых анализируется феномен двуязычия в некоторых этнических СМИ, а также потенциал таких средств массовой информации для создания толерантной среды (Гарифуллин, 2013; Гильманова, 2013).

Атлас этнических СМИ России: общая характеристика проекта

Констатируя явную недостаточность исследований в этой сфере, группа сотрудников факультета журналистики МГУ в 2015 г. инициировала межкафедральный проект под названием «Атлас этнических СМИ России», главной целью которого является создание исчерпывающего списка всех СМИ, выходящих на территории России на этнических языках или функционирующих в двуязычном формате. На первом этапе исследования из-за ограниченности ресурсов сотрудники сосредоточились на количественных и типологических характеристиках этнических массмедиа. Однако в дальнейшем, на втором этапе, планируется проведение контент-анализа СМИ. Участники группы, членом которой является и автор данной статьи, распределили между собой обязанности по поиску и систематизации информации по индустриальному принципу: печать, радио и ТВ, онлайн-СМИ.

Результаты исследования аудиовизуальных СМИ на этнических языках в национальных республиках РФ показали, что только в Республике Татарстан можно говорить о некой выстроенной системе этнического радио и ТВ. Во-первых, в Татарстане было обнаружено наибольшее число средств массовой информа-

ции на татарском языке (11 радиостанций и 3 телевизионных канала). Во-вторых, они охватывают широкую аудиторию. В других республиках этнические СМИ представляют собой единичные проекты с небольшой аудиторией. Поэтому автор данной статьи решил уделить особое внимание этническим СМИ Татарстана и рассмотреть их отдельно как специфическое явление.

Этнические СМИ Татарстана: методология исследования

В нашу выборку попали только те радиостанции и телеканалы, которые были зарегистрированы в городе Казань и выходили в эфир на татарском языке или на татарском и русском. Мы анализировали как частные, так и государственные компании.

Во время исследования мы пользовались открытой базой СМИ comObzor.ru. На этом ресурсе можно установить точное количество зарегистрированных массмедиа на определенной территории, а также получить информацию об их владельцах, языке распространения и т. д. Все данные этого ресурса дублируют реестр Роскомнадзора, но дают возможность поиска зарегистрированных СМИ на определенной территории и выходящих в эфир на определенном языке, тогда как официальный сайт rkn.gov.ru/mass-communications/reestr дает возможность поиска только по названию СМИ и номеру лицензии. Поэтому в ходе исследования использовался именно этот ресурс. Впоследствии данные перепроверялись на сайте Роскомнадзора.

После отбора интересующих нас СМИ тематическая направленность и другие характеристики массмедиа устанавливались с помощью анализа официального сайта СМИ и посредством анкетирования сотрудников редакции. К сожалению, процент возвращаемости анкет был довольно низким. Любопытно, что на просьбу заполнить анкету охотнее отзывались частные компании, а государственные СМИ в большинстве случаев игнорировали рассылку.

В анкете, рассылаемой разным редакциям, мы задавали следующие вопросы:

1. Год создания СМИ.
2. Форма собственности: частная/ государственная.
3. Основная тематика СМИ, жанровая палитра.
4. Миссия СМИ.
5. Язык вещания: язык этнической группы или двуязычное СМИ (вещание на русском и языке этнической группы).

Каково соотношение между временем вещания на русском и на языке этнической группы?

Каким образом устроена редакция?

Как переводятся новости на язык этнической группы?

Как давно осуществляется двуязычное вещание?

По какому принципу переводятся материалы? (все или только материалы особой тематики?).

6. Характеристика аудитории СМИ (количество, качественный состав).

7. Географическая территория распространения СМИ.

8. Основные источники дохода СМИ (реклама, государственные субсидии или др.).

Конечно, вопрос о собственности, на первый взгляд, кажется излишним, так как эту информацию можно выяснить в реестре Роскомнадзора. Однако мы его задавали, так как некоторые небольшие вещательные компании имеют сложную структуру собственности. Важно было узнать официальную позицию компании по этому поводу.

Стоит также отметить, что в процессе исследования мы не ставили перед собой задачу выявить те реальные функции, которые выполняют анализируемые СМИ, так как без использования контент-анализа об этом можно строить только предположения. Мы также не пытались измерить, в какой степени этнические радиостанции и телеканалы выполняют функцию интеграции этнической группы. Этот вопрос относится к разряду изучения медиаэффектов и, возможно, достоин отдельного исследования. Кроме того, вполне естественно, что некоторые радиостанции и телеканалы появились на медиаландшафте Республики по указанию властей (эту гипотезу частично можно подтвердить, рассмотрев структуру собственности данных СМИ). Мы также не ставили перед собой задачу оценить, являются ли они рупором местной власти или действительно независимы в своем вещании. Этот момент можно выяснить только с помощью контент-анализа, который не входил в задачи первого пилотного этапа исследования.

Важно отметить, что в нашу выборку вошли только те СМИ, которые были официально зарегистрированы. В процессе поиска информации об этнических массмедиа Татарстана мы наткнулись на онлайн-радиостанции, которые транслировали национальную музыку. Однако оказалось, что они не имеют лицензии на вещание, хотя обладают относительно большой аудиторий. К таким радиостанциям относятся, например, Yeshler Radiosi и Tatshop.ru.

Оба сайта специализируются на этнической татарской музыке. Они доступны для любого пользователя Интернета.

Первые результаты исследования

Далее в табл. 1 приведен список всех радиостанций и ТВ каналов, которые вошли в нашу выборку.

Таблица 1

Перечень этнических радиостанций Татарстана, которые зарегистрированы в городе Казань

Название радиостанции	Формат	Форма собственности	Тип вещания	Язык
Tatar Radiosi	Музыкальный	Частная	Аналоговое и онлайн	Татарский
Тартиб ФМ	Музыкальный	Частная	Аналоговое и онлайн	Татарский
Радио Курай	Музыкальный	Частная	Аналоговое и онлайн	Татарский
Болгар радиосы	Музыкальный	Частная	Аналоговое и онлайн	Татарский
Радио России/ Татарстан радиосы	Разговорный	Государственная	Аналоговое и онлайн	Татарский и др.
Бизнес ФМ Татарстан	Разговорный	Частная	Аналоговое и онлайн	Татарский, русский, английский
Радиостанция Рамадан	Религиозный/ разговорный	Частная	Аналоговое и онлайн	Татарский, русский
Дастан ФМ	Музыкальный	Частная	Аналоговое	Татарский, русский, английский
Радио Перекресток	Информационный	Частная	Аналоговое	Татарский, русский
Радио 911	Информационный	Государственная	Аналоговое	Татарский, русский и др.
Радио Азан	Религиозный	Частная	Онлайн	Татарский, русский, английский, турецкий, арабский

Таблица 2

Перечень этнических телевизионных каналов Татарстана, зарегистрированных в городе Казань

Название канала	Формат	Форма собственности	Тип вещания	Язык
ГТРК Татарстан	Новостной	Государственная	Аналоговое и онлайн	Татарский, русский
Татарстан-Новый век	Новостной	Государственная	Аналоговое и онлайн	Татарский, русский
TMTV (Tatar Music TV)	Музыкальный	Частная	Аналоговое и онлайн	Татарский, русский

Сразу стоит оговориться, что несмотря на сравнительно большое количество радиостанций и телеканалов на татарском языке, медиаландшафт Татарстана остается преимущественно русскоязычным. Показателен пример Казани, в которой всего 39 зарегистрированных радиостанций. Из них только 12 осуществляют вещание на татарском или на русском и татарском. Остальные выходят в эфир только на русском языке. О специфической нишевой роли подобных СМИ свидетельствуют и приведенные выше данные цитируемости компании «Медиалогия». Из табл. 1 следует, что даже при наличии вещания на татарском оно чаще всего проходит параллельно и на русском. Что касается радиостанций, то только 4 из рассматриваемых нами выходят в эфир исключительно на этническом языке. Все остальные СМИ предпочитают смешанную схему вещания. В сегменте ТВ все каналы вещают параллельно на татарском и русском.

При проведении исследования мы столкнулись с проблемой, которую на данном этапе сложно преодолеть. Так как многие рассматриваемые нами радиостанции и телеканалы имеют нишевый характер, по ним нет официальных данных медиаметрии. Такие крупные компании, как TNS и «Медиалогия», не делают измерений подобных СМИ, так как их аудитория довольна мала. Поэтому в отношении характеристик аудитории нам пришлось опираться только на информацию, указанную медиакомпаниями в анкетах. Для получения более точных данных на следующих этапах исследования рассматривается возможность привлечения профессионалов медиаметрии.

Этнические СМИ Татарстана заслуживают внимания (табл. 2), а аудиовизуальные особенно. Дело в том, что в этом секторе су-

ществует особая группа массмедиа, которая концентрируется на популяризации национальной музыки. В сегменте радио такими станциями являются «Tatar Radiosi» («Татар Радиосы»), «Тартиб FM», а также «Радио Курай» и «Болгар Радиосы»[1]. Причем каждое из них имеет свою специфическую аудиторию. «Татар Радиосы» специализируется на современной татарской музыке, основную аудиторию составляет молодежь. А слушатели «Болгар радиосы», к примеру, принадлежат к другой возрастной категории (40+). СМИ уделяет внимание не только музыке, но и разговорным форматам. Этот тип радиостанций, безусловно, направлен на консолидацию этнической группы вокруг своей культуры. Для того чтобы понять, насколько эффективно удается СМИ выполнять эту функцию, следует проводить дополнительные исследования. Однако заявленная тематика и специфика программирования говорят в пользу данного предположения.

Культурно-просветительскую и в том числе консолидирующую роль во всех республиках пытаются выполнять местные ГТРК. Не исключение в этом отношении и ГТРК Татарстана. Редакция является преимущественно двуязычной. Некоторые передачи выходят в эфир на русском языке, некоторые – на татарском. В сетке вещания есть программы образовательного характера, которые уделяют внимание традиционной татарской культуре (музыке, поэзии, изобразительному искусству). Аудитория этого СМИ является более взрослой, что продиктовано информационной политикой медиакомпании и особенностями передач.

Вполне естественно, что информационные/разговорные радиостанции менее популярны, чем развлекательные/музыкальные. Стоит также сказать, что в соответствии с рейтингами «Медиалогии» в Татарстане население предпочитает получать новости из русскоязычных источников.

Интересным феноменом являются две религиозные радиостанции: «Радио Азан» и «Радио Рамадан». Первая радиостанция была основана в 2013 г. и делает ставку на нравственно-духовные передачи. По словам сотрудников редакции, свою миссию они видят в том, чтобы рассказывать населению, какие ценности исповедует ислам, показывая, что это миролюбивая религия.

Если рассмотреть структуру собственности анализируемых радиостанций и телеканалов, то мы обнаружим интересную тенденцию. Во-первых, в сегменте радио встречается много частных компаний, однако среди них нет ни одного крупного коммерчес-

кого вещателя. В сегменте телевидения только музыкальная телекомпания TMTV находится в частных руках. Примечательно, что в остальных проанализированных нами республиках ситуация иная. В большинстве случаев этнические аудиовизуальные СМИ находятся исключительно в руках государства.

Что касается формы вещания, то чаще всего встречается смешанное вещание в аналоговом формате и онлайн. Только одно СМИ из нашей выборки выходило в эфир исключительно онлайн – «Радио Азан».

На телевизионном ландшафте Татарстана также преобладают русскоязычные СМИ. Результаты исследования показали, что только три телеканала, вещающих на территории Казани, можно причислить к этническим. Два из них являются новостными, а один – музыкальным. Каналы активно порпагандируют политику двуязычия. Не только в эфире, но и на сайте этих массмедиа можно найти информацию как на русском, так и на татарском. Все анализируемые телеканалы имеют довольно хорошо разработанные сайты, пытаются работать в русле конвергентной журналистики. Телеканал «Новый век» и музыкальный канал TMTV предоставляют возможность смотреть прямой эфир в режиме онлайн.

Особый статус имеет телеканал «Новый век», который является крупнейшим аудиовизуальным массмедиа на территории Татарстана и Поволжья. Канал предоставляет и спутниковое вещание, что позволяет зрителям смотреть передачи этого СМИ не только в самой республике, но и за рубежом. «ТНВ-Татарстан» делает упор на информационные и культурно-просветительские передачи, пытается пропагандировать национальную культуру и язык.

Подводя итог, следует сказать, что татарскоязычные аудиовизуальные СМИ остаются лишь небольшим сегментом на медиакарте республики. Их потенциал для решения задач консолидации этнической группы и передачи культурного наследия используется лишь частично. Об этом свидетельствует даже поверхностный количественный анализ. Однако, чтобы утверждать однозначно об эффективности или неэффективности их медиастратегии, следует проводить контент-анализ и включать в выборку не только казанские СМИ, но и те, которые базируются в других городах Татарстана. Тем не менее даже предварительные результаты исследования дают нам основание сделать определенные выводы и найти ориентиры для дальнейших исследований.

Примечания

[1] Следует отметить, что встречается двоякое написание некоторых радиостанций и телеканалов. Например, на официальном сайте одной радиостанции можно найти название на кириллице и на латинице (Tatar Radiosi и Татар Радиосы).

Библиография

Вартанова Е.Л. Теория СМИ: актуальные вопросы. М.: МедиаМир, 2009.

Гарифуллин В.З., Сунгатов Г.М. Вариативность языковых средств в современных татарских СМИ. Медиакоммуникация и журналистика: сборник научных статей. Казань. 2015. С. 6–15.

Гарифуллин В.З. Роль мусульманских СМИ в обеспечении (см. ГУГЛ) этноконфессиональной толерантности в Татарстане // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 21. С. 131–134.

Гилязова И.Р. Процесс эвфимизации в современных татарских СМИ // Казанская наука. 2012. № 1. С. 192–194.

Гильманова А.Н. Развитие двуязычной системы СМИ в поликультурном субъекте Российской Федерации как фактор национальной медиабезопасности // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 21. С. 141–143.

Джазоян А.Е. Блоги и пользовательский контент как новый формат осуществления интегративной функции СМИ // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2014. № 2. С. 39–48.

Хабибуллина Ф.Я., Иванова И.Г. Афористическое отражение концептов «власть» и «политика» в региональных СМИ (на материале татарского и марийского языков) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2016. № 2. С. 62–70.

References

Vartanova E.L. (2009) *Teoriya SMI: aktual'nye voprosy* [Media Theory: Current Issues]. Moscow: MediaMir Publ.

Garifullin V.Z., Sungatov G.M. (2015) Variativnost' yazykovykh sredstv v sovremennykh tatarskikh SMI [Variation of Language Means in Modern Tatar Media]. In *Mediakommunikatsiya i zhurnalistika: sbornik nauchnykh statey* [Media Communication and Journalism: a collection of scientific articles]. Kazan'. Pp. 6–15.

Garifullin V.Z. (2013) Rol' musul'manskikh SMI dlya obespecheniya etnokonfessional'noy tolerantnosti v Tatarstane [The Role of Islamic Media in Providing Ethno-Confessional Tolerance in Tatarstan]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* 21: 131–134.

Gilyazova I.R. (2012) Protsess evfemizatsii v sovremennykh tatarskikh SMI [The Process of Euphemization in Modern Tatar Media]. *Kazanskaya nauka* 1: 192–194.

Gil'manova A.N. (2013) Razvitie dvuyazychnoy sistemy SMI v polikul'turnom sub»ekte Rossiyskoy Federatsii kak faktor natsional'noy mediabezopasnosti [The Development of a Bilingual Media System in a Polycultural Subject of the Russian Federation as a Factor of National Media Security]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* 21: 141–143.

Dzhazoyan A.E. (2014) Blogi i pol'zovatel'skiy kontent kak novyy format osushchestvleniya integrativnoy funktsii SMI [Blogs and User-Generated Content as a New Format of Implementing the Integrative Function of the Media]. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Seriya 1. Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury* 2: 39–48.

Khabibullina F.Ya., Ivanova I.G. (2016) Aforisticheskoe otrazhenie kontseptov vlast' i politik v regional'nykh SMI (na materiale tatarskogo i mariyskogo yazykov) [The Aphoristic Treatment of the Concepts of *power* and *politician* in the Regional Media (a case study of the Tatar and Mari Languages)]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika* 2: 62–70.

Поступила в редакцию
26.09.2016