

УДК 316.74

DOI 10.52452/18115942_2023_4_169

ТРАНСЛЯЦИЯ ЭТНОКОНФЕССИОНАЛЬНЫХ ТРАДИЦИЙ В ТАТАРОЯЗЫЧНЫХ СМИ: КОНТЕНТ-АНАЛИЗ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ

© 2023 г.

Г.И. Галиева

Галиева Гузель Илгизовна, к.соц.н.; заведующая отделом
«Центра мониторинга межнациональных и межконфессиональных отношений»,
Центра исламоведческих исследований Академии наук Республики Татарстан
guzaka@mail.ru

*Статья поступила в редакцию 19.06.2023**Статья принята к публикации 18.10.2023*

В современных условиях развития различных технологий информационное пространство расширяется и получение информации происходит не только через печатные СМИ, радио, телевидение, но и Интернет. Республика Татарстан является полиэтническим регионом, где более половины населения составляют татары. В республике в разных сферах общества широко применяются два официальных языка (русский и татарский), в связи с чем наряду с русскоязычными функционируют и татароязычные СМИ, которыми активно пользуется татарская часть населения. Целесообразно изучить татароязычные СМИ на предмет освещения этноконфессиональной тематики в этих изданиях. Нами проведен контент-анализ печатных СМИ и интернет-ресурсов. Представлены результаты анализа печатных СМИ, опубликованных за период с 1 сентября 2020 г. по 31 августа 2021 г. Ввиду ограниченного объема статьи результаты контент-анализа интернет-ресурсов не включены в данную публикацию. Для проведения контент-анализа нами были выделены 3 основные темы: язык, религия, межнациональные отношения, в рамках которых проанализированы 446 публикаций, относящихся к данным разделам.

Каждый источник СМИ имеет свои особенности, концепцию и задачи. Печатные СМИ, в зависимости от издания (государственные или частные), могут отличаться представлениями той или иной информации. Нами подробно проанализирован каждый вид печатного источника. По результатам контент-анализа печатных СМИ выявлено, что государственные печатные издания чаще освещают позитивные события народа и религиозные события, чем частные, которые, в свою очередь, в целях увеличения тиража могут предоставлять непроверенную информацию и чаще освещать события с негативной точки зрения, создавая общественный резонанс. Однако данная тенденция свойственна не только частным, но некоторым государственным изданиям, о которых подробнее пойдет речь.

Ключевые слова: татароязычные СМИ, этнокультурные традиции, религия, этнос, нация, межнациональные отношения, языковая ситуация, трансляция традиций.

Введение

Информационное пространство современной жизни расширяется. Появляются новые способы коммуникации и передачи информации. Если молодое поколение идет в ногу со временем и использует новые технологии для получения информации, то старшее поколение не всегда успевает за новыми трендами и выбирает традиционные способы получения информации. В настоящее время средства массовой информации для охвата всех слоев населения и расширения аудитории, наряду с печатными, телевизионными, радиотехнологиями, стремятся освещать свою деятельность и в сети Интернет. В Республике Татарстан, наряду с русским языком, вторым государственным языком является и татарский. Поэтому для татароязычной аудитории представляется актуальным осуществление трансляции и на татарском языке как в печатных изданиях, так и в интернет-ресурсах.

В зависимости от типа подачи материала, негативного или позитивного окраса сообщений СМИ могут влиять на формирование отношения общества к той или иной теме. Например, если журналисты делают акцент на межнациональных конфликтах, случаях ущемлений прав в преподавании родного языка в образовательных учреждениях, религии в негативном ключе, соответственно, общество будет воспроизводить такие же взгляды и в отношении данной категории населения, явления. Однако если СМИ будут транслировать позитивные явления межнациональных отношений, религиозных аспектов, соответственно, и общество будет более лояльно относиться к данным явлениям. Поэтому важнейшей функцией СМИ является публикация материалов, формирующих в обществе позитивное отношение к межнациональным взаимодействиям, религии, сохранению и воспроизводству родных языков, не создавая социальной напряженности в обществе. Изуче-

ние материалов СМИ дает возможность найти, зафиксировать и осмыслить разнообразные индикаторы данного явления. Однако изучение проблем трансляции языка, межнациональных отношений и вопросов религии на татароязычных интернет-ресурсах и СМИ сопряжено с рядом методологических проблем, связанных, с одной стороны, с субъективным мнением автора, который в силу обстоятельств (уровень образования, национальные и религиозные особенности, требования работодателя) может изложить материал как в негативном, так и в позитивном ключе; с другой – субъективное мнение исследователя, который в зависимости от различных факторов (уровень знаний данной тематики, собственное отношение к данной проблеме, степень профессионализма) может одну и ту же информацию воспринимать по-разному. Получение информации по данным проблемам крайне необходимо как научному сообществу, так и представителям данного этноса, и обществу в целом. Это может быть интервью представителей данной группы, экспертов, изучающих данное направление, аналитические статьи, репортажи и короткие сообщения. Одним из способов получения информации по национальным и религиозным вопросам является изучение материалов СМИ, в частности печатных изданий. В связи с современными тенденциями цифровизации общества, когда большая часть населения перешла на электронные источники информации, немаловажно провести исследование татароязычных интернет-сайтов. Однако результаты анализа татароязычных интернет-ресурсов, ввиду ограниченного объема статьи, не включены, эти данные представим в следующей статье.

Методика исследования

Исследование татароязычных печатных средств массовой информации и интернет-ресурсов можно провести с помощью контент-анализа. Контент-анализ позволяет перевести массовую текстовую информацию в количественные показатели. Для выявления смысловых единиц нами были использованы понятия, выраженные в отдельных терминах, темы, выраженные в частях текстов, статьях. Для осуществления контент-анализа, за основу взяли принцип исследования эстонского социолога М. Лауристина, который отмечает, что это метод анализа количественно-качественного содержания массовой информации [1].

Для проведения нашего исследования сформулированы следующие основные задачи:

1. Выделить основные этноконфессиональные темы, публикуемые в татароязычных СМИ и интернет-ресурсах, и смысловое содержание текста;

2. Рассмотреть проблематику отражения действительности вышеуказанных тем (негативный / нейтральный / позитивный);

3. Охарактеризовать жанр материала (сообщение, интервью, репортаж, аналитическая статья, документальный материал).

Для сужения поля исследования выделены 3 основные темы, которые нашли отражение в публикациях татароязычных СМИ и интернет-ресурсах, касающиеся татарского народа: межнациональные отношения (межэтническое согласие, взаимодействие, межгрупповые конфликты), язык (татарский язык, проблемы и успехи преподавания родного языка в образовательных учреждениях, употребление родного языка), религия (проблемы мусульман, события, связанные с религиозными деятелями, постановка и решение религиозных вопросов, религиозная идентичность). Тематическая классификация публикаций позволила выявить разницу между содержанием различных источников СМИ.

Немаловажным является выделение текстов по объему и жанру публикации, что помогает выявить значение той или иной темы в рамках определенного источника. Концепция каждого СМИ представляет собой выделение определенных тем, которые публикуются в более расширенных статьях, репортажах, интервью.

По данным Роскомнадзора, на начало 2021 г. в Татарстане зарегистрировано 786 средств массовой информации, редакции которых располагаются на территории республики. Среди них печатных СМИ – 448 (в том числе: 269 газет, 169 журналов, 10 иных СМИ); электронных СМИ – 153 (65 телеканалов/телепрограмм, 88 радиоканалов/радиограмм), 7 информационных агентств, 178 электронных периодических изданий. В 2022 г. по сравнению с 2021 г. количество СМИ в Татарстане снизилось на 61 единицу. Уменьшение произошло в основном за счет сокращения количества печатных СМИ, несмотря на то, что количество электронных телеканалов/телепрограмм и электронных периодических изданий незначительно увеличилось.

Сотрудниками Центра исламоведческих исследований АН РТ был проведен контент-анализ татароязычных печатных СМИ и интернет-ресурсов, опубликованных за 1 год в период с 1 сентября 2020 г. по 31 августа 2021 г.

В процедуру проведения контент-анализа входит выполнение нескольких условий:

Таблица 1

Аудитория периодических изданий Республики Татарстан			
№	Периодические издания Республики Татарстан	Аудитория ресурсов	Тираж за 1 полугодие 2021 г.
1	«Ирек мәйданы» («Площадь свободы»)	–	35 414
2	«Акчарлак» («Чайка»)	–	26 636
3	«Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан»)	–	16 004
4	«Безнең гәжит» («Наша газета»)	–	9 213
5	«Сөембикә» («Сююмбике»)	52 000	7 041
6	«Мәгариф» («Образование»)	–	6 245
7	«Татарстан яшьләре» («Молодежь Татарстана»)	–	5 195
8	«Шәһри Казан» («Город Казань»)	89 000	3 014
9	«Мәдәни жомга» («Культурная пятница»)	–	2 200
10	«Юлдаш» («Попутчик»)	–	1 289

1. Объективность анализа, которая дополняется тем, что характеристики определяются однозначно без двояких смыслов [2, с. 16];

2. Систематичность анализа объекта исследования, которая достигается выбором нескольких источников из разных видов СМИ (частные и государственные, печатные и интернет-издания);

3. Репрезентативность, которая отражает структурные свойства совокупности на основании анализа полученных материалов. При проведении данного исследования использовалась сплошная выборка – просмотрены все публикации выбранных печатных СМИ и интернет-сайтов за 1 год – с 1 сентября 2020 года по 31 августа 2021 года, среди которых приняты к анализу статьи, касающиеся этноконфессиональной тематики (языковые вопросы, религиозные, межнациональные отношения);

4. Количественный анализ, который способствует подсчету частотности употребления в тексте тех или иных элементов, выведению корреляционных коэффициентов, процентных и удельных соотношений различных характеристик текста, что проверяется разработанным для этих целей языком математики. Все полученные результаты зафиксированы нами в таблицах Excel. Далее данные таблицы перенесены в статистическую программу IBM SPSS Statistics 25 для проведения дальнейшей обработки результатов.

Описание результатов анализа татароязычных печатных СМИ

Для проведения контент-анализа были выбраны наиболее тиражируемые, по данным, предоставленным «Татмедиа», печатные СМИ на татарском языке. Подробнее в таблице 1.

Для анализа взяли как частные, так и государственные печатные издания. Нами выдвинута гипотеза, что частные издания более свободны в изложении материала, не ограничиваются в выражениях, в связи с чем в таких изданиях поднимаются острые темы, вызывающие обще-

ственный резонанс. Государственные издания, напротив, склонны не к обсуждению, а ознакомлению с информацией, без эмоциональной окраски, с нейтральным, чаще с позитивным содержанием. Анализ полученных результатов покажет подтверждение или опровержение поставленной гипотезы.

Среди перечисленных в табл. 1 периодических изданий «Ирек мәйданы» («Площадь свободы»), «Акчарлак» («Чайка»), «Безнең гәжит» («Наша газета»), «Юлдаш» («Попутчик») являются частными печатными СМИ. Остальные («Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан»), «Сөембикә» («Сююмбике»), «Мәгариф» («Образование»), «Татарстан яшьләре» («Молодежь Татарстана»), «Шәһри Казан» («Город Казань»), «Мәдәни жомга» («Культурная пятница»)) – государственными изданиями.

Всего за период с 1 сентября 2020 г. по 31 августа 2021 г. было проанализировано 446 публикаций печатных изданий, касающихся этноконфессиональной тематики. Из них больше всего публикации из газет «Шәһри Казан» («Город Казань») (101 публ. – 22.6% от общего количества проанализированных печатных публикаций), «Акчарлак» («Чайка») (71 публ. – 15.9%), «Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан») (61 публ. – 13.6%). Наименьшее количество публикаций, принятых к анализу, было в таких печатных изданиях как «Сөембикә» («Сююмбике») (4 публ. – 0.9%), «Юлдаш» («Попутчик») (9 публ. – 2%), «Безнең гәжит» («Наша газета») (28 публ. – 6.3%).

Результаты контент-анализа татароязычных печатных СМИ

При анализе вышеперечисленных источников были взяты этноконфессиональные публикации, касающиеся языковых, религиозных или межнациональных отношений. Некоторые публикации имели отношение одновременно к нескольким рассматриваемым нами проблемам.

Таблица 2

Соотношение тематики публикаций в татароязычных печатных СМИ, %

Название СМИ	Тематика публикаций		
	Языковой вопрос	Религия	Межнациональные отношения
«Ирек майданы» («Площадь свободы»)	8.5	8.1	9.2
«Юлдаш» («Попутчик»)		5.6	
«Сөембикә» («Сююмбике»)	1.4	0.6	
«Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан»)	16	5.6	10.3
«Шәһри Казан» («Город Казань»)	37.1	13.1	21.3
«Мәгариф» («Образование»)	11.7	6.3	10.3
«Акчарлак» («Чайка»)	8.5	43.8	28.2
«Безнең гәжит» («Наша газета»)	1.4	4.4	3.4
«Мәдәни жомга» («Культурная пятница»)	8.5	1.9	13.2
«Татарстан яшьләре» («Молодежь Татарстана»)	6.9	10.6	4.1
Итого	100	100	100

Из 446 проанализированных публикаций менее половины затрагивали языковой вопрос (38.9%), около трети касались тематики межнациональных отношений (31.8%) и религии (29.3%).

Как правило, в зависимости от концепции того или иного СМИ одни темы поднимаются чаще, другие могут совсем не рассматриваться или находить отражение в меньшей степени. Так, например, языковой вопрос больше нашел отражение в таких печатных СМИ, как «Шәһри Казан» («Город Казань») (37.1%), «Мәгариф» («Образование») (11.7%), чуть реже в «Акчарлак» («Чайка»), «Ирек майданы» («Площадь свободы»), «Мәдәни Жомга» («Культурная пятница») (по 8.5%). Около половины публикаций по религиозным вопросам публиковались газетой «Акчарлак» («Чайка») (43.8%), значительно меньше религия представлена в газетах «Шәһри Казан» («Город Казань») (13.1%), «Татарстан яшьләре» («Молодежь Татарстана») (10.6%). Около трети публикаций по тематике межнациональных отношений были представлены в газете «Акчарлак» («Чайка») (28.2%), чуть меньше в «Шәһри Казан» («Город Казань») (21.3%), в 2 раза меньше в «Мәдәни Жомга» («Культурная пятница») (13.2%) (см. табл. 2).

Каждый источник СМИ имеет свои особенности, концепцию и задачи. Печатные СМИ, как мы указали выше, в отличие от издания – государственное или частное, тоже могут отличаться. Проанализируем подробнее каждый вид печатного источника: какие тематики более актуальны для отдельно взятого источника, в каком ключе публикаций больше, публикуются ли статьи о татарах, мусульманах не только Республики Татарстан, но и из других регионов России и мира в целом. Рассмотрим, с каким посылом опубликованы данные статьи – положительный / нейтральный / негативный.

Печатные средства массовой информации можно разделить на государственные и частные

издания. Все государственные издания объединены в акционерное общество «Татмедиа», которое является крупнейшим региональным медиа холдингом в России. Государственные печатные издания регулярно получают дотационные средства из республиканского бюджета, частные издания такого источника доходов не имеют [3, с. 228]. У большинства государственных изданий часть тиража обеспечивается за счет административных ресурсов, а частным изданиям для привлечения подписчиков приходится находить новые формы и приемы работы с аудиторией. Несмотря на то, что акционерное общество «Татмедиа» является одним из ключевых звеньев развития национального информационного поля в Республике Татарстан, в системе татароязычных СМИ в последние годы большую активность проявляют частные издания. В отличие от других типов изданий, их тиражи неизменно растут [4, с. 11]. Если сегодня одна из ведущих татароязычных газет республики «Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан») распространяется тиражом около 15 тыс. экземпляров, то частная общественно-политическая газета «Ирек майданы» («Площадь свободы») выпускается тиражом 45 тыс. экземпляров. Ежегодно от 17 до 30 тыс. человек подписываются на такие газеты частных владельцев, как «Акчарлак» («Чайка»), «Безнең гәжит» («Наша газета»), «Юлдаш» («Попутчик»). Таким образом, частные издания развиваются более динамично. С целью заинтересовать аудиторию в частных изданиях, с одной стороны, применяются такие приемы, как яркая картинка, интересные рубрики, полезная информация, с другой – могут встречаться и публикации по принципу «желтой» прессы – громкие заголовки, непроверенная, недостоверная информация, создание резонанса в обществе. Рассмотрим подробнее анализ публикаций данных изданий.

Таблица 3

Количество проанализированных статей частных периодических изданий по месяцам

Месяц и год	Акчарлак («Чайка»)	Безнең гәжит («Наша газета»)	Ирек майданы («Площадь свободы»)	Юлдаш («Попутчик»)
Сентябрь 2020 г.	5	2	2	1
Октябрь 2020 г.	4	1	3	1
Ноябрь 2020 г.	5	2	3	0
Декабрь 2020 г.	6	1	3	1
Январь 2021 г.	6	2	4	2
Февраль 2021 г.	8	4	3	2
Март 2021 г.	8	2	1	1
Апрель 2021 г.	9	2	9	1
Май 2021 г.	4	5	5	0
Июнь 2021 г.	5	4	2	0
Июль 2021 г.	6	0	1	0
Август 2021 г.	5	3	7	0
Итого за год	71	28	43	9

Таблица 4

Соотношение тематики публикаций в частных печатных изданиях, %

Название периодического издания	Тематика публикаций		
	Языковой вопрос	Религия	Межнациональные отношения
Ирек майданы («Площадь свободы»)	8.5	8.1	9.2
Юлдаш («Попутчик»)		5.6	
Акчарлак («Чайка»)	8.5	43.8	28.2
Безнең гәжит («Наша газета»)	1.4	4.4	3.4

Частные печатные издания

Всего проанализировано 151 статья частных газет, из них большинство публикаций относится к газете «Акчарлак» («Чайка») (71), чуть меньше «Ирек майданы» («Площадь свободы») (43), «Безнең гәжит» («Наша газета») (28), и наименьшее – газете «Юлдаш» («Попутчик») (9). Публикационная активность газет по этноконфессиональным тематикам (языковые, межнациональные отношения и религиозные вопросы) в основном приходится на период с декабря 2020 по апрель 2021 года, а в некоторых изданиях прирост активности наблюдается и в мае-июне 2021 года («Ирек майданы» («Площадь свободы»), «Безнең гәжит» («Наша газета»)). После июльского затишья – в этот период в частных изданиях не было ни одной публикации этноконфессиональной тематики, за исключением газеты «Акчарлак» («Чайка»), в августе 2021 г. публикационная активность и в других частных газетах вновь набрала обороты и практически достигла весенних значений (7 публ. в «Ирек майданы» («Площадь свободы»), 3 публ. в «Безнең гәжит») (см. табл. 3).

Наиболее обсуждаемыми темами этноконфессиональной тематики в частных печатных изданиях в целом стала тема религии (61.9%), чуть реже межнациональные отношения (40.8%), и в 3 раза меньше религии – вопросы языка (18.4%) (см. табл. 4).

Однако, если смотреть каждую газету в отдельности, замечен определенный перекоп по тематике публикации. В газете «Акчарлак» («Чайка») предпочтение дается темам религиозных вопросов – около половины публикаций на данную тему (43.8%). В газете «Ирек майданы» («Площадь свободы») практически в равных долях распределены все три этноконфессиональные тематики – межнациональные отношения (9.2%), языковой вопрос (8.5%), религия (8.1%). Газета «Безнең гәжит» («Наша газета»), избегая публикаций о языковых вопросах (1.4%), чаще отдает предпочтение вопросам религии (4.4%) и межнациональным отношениям (3.4%) (см. табл. 4).

В частных изданиях около половины публикаций этноконфессиональной тематики составили статьи среднего размера – 601–1000 слов (43%). Четверть проанализированных публикаций достаточного больших объемов – более 1000 слов (26.5%), и практически такое же количество небольших статей (21.2%). Статьи в виде коротких сообщений (до 200 слов), в которых затрагивались этноконфессиональные темы, составили 9.3%.

У газеты «Акчарлак» («Чайка») разные по объему публикации этноконфессиональной тематики: до 200 слов (64.3%), 201–600 слов (46.8%), 601–1000 слов (70.8%). Среди других газет есть определенные отличия. В газете «Ирек майданы» («Площадь свободы») преоб-

Таблица 5

«Настроение» статьи в частных печатных изданиях, %			
	Положительное	Нейтральное	Негативное
«Ирек майданы» («Площадь свободы»)	27.8	22.6	43.6
«Акчарлак» («Чайка»)	44.4	54.8	28.2
«Безнең гәжит» («Наша газета»)	22.2	14	28.2
«Юлдаш» («Попутчик»)	5.6	8.6	

Таблица 6

Соотношение «настроения» статьи с тематикой публикаций в частных печатных изданиях, %

	Языковые вопросы	Религиозные вопросы	Межнациональные отношения
Положительные	5.3	6	2
Нейтральные	10.6	4	13.9
Негативные	13.2	40.4	13.2

ладают большие статьи этноконфессиональной тематики, объемом более 1000 слов (65%), в газете «Безнең гәжит» («Наша газета») публикуются практически в равной степени статьи разных объемов данной тематики. Это говорит о том, что, в зависимости от издания, одни дают предпочтение этноконфессиональной тематике, выделяя большие площади для публикации, другие в равных долях представляют вниманию читателей как публикации с этноконфессиональной тематикой, так и иных направлений.

По жанру публикаций более половины статей в частных газетах – это интервью, беседы с экспертами, выдающимися личностями татарского народа (55.6%), остальную часть составляют сообщения (19.2%), репортажи (14.6%), аналитические статьи (9.9%). Документальные материалы в частных изданиях практически не публикуются (0.7%). Есть газеты, которые предпочитают освещать этноконфессиональные темы в коротких сообщениях («Акчарлак» («Чайка») 58.6%), другие наиболее развернуто в аналитических статьях («Безнең гәжит» («Наша газета») 66.7%), раскрывая подробные детали в репортажах («Безнең гәжит» («Наша газета») 36.4%, «Ирек майданы» («Площадь свободы») 27.3%) или, напротив, взяв интервью у знаменитых личностей, экспертов, представителей татарского народа («Акчарлак» («Чайка») 58.3%, «Ирек майданы» («Площадь свободы») 35.7%).

В зависимости от концепции издания одни предпочитают не касаться этноконфессиональной тематики, а если и упоминают, то в небольших сообщениях, а другие, напротив, поднимая данные темы, рассматривают их наиболее широко, предоставляя читателям более глубокий взгляд.

Более половины публикаций этноконфессиональной тематики в частных печатных изданиях в нейтральном ключе (61.9%), четверть – негативном (25.9%), и лишь десятая часть из всех этноконфессиональных публикаций – по-

ложительном (12.2%). Наша гипотеза о том, что частные издания для увеличения аудитории и тиража готовы применять различные приемы, в том числе и публикации наиболее резонансных, острых тем для обсуждения, подтвердилась. Рассмотрим поподробнее каждое частное издание, в которых освещались негативные/положительные публикации: около половины положительных и столько же нейтральной окраски статей освещались газетой «Акчарлак» («Чайка»), около четверти публикаций с таким же настроением наблюдается в газетах «Ирек майданы» («Площадь свободы»), «Безнең гәжит» («Наша газета»). Среди негативно окрашенных этноконфессиональных публикаций в лидерах газета «Ирек майданы» («Площадь свободы»). Можно сделать вывод, что среди приемов для увеличения тиража газета «Ирек майданы» («Площадь свободы») выбрала тактику привлечения читателей с помощью представления негативных тем для обсуждения (см. табл. 5).

В частных печатных изданиях преобладают нейтральные публикации на тему межнациональных отношений (13.9%). Практически такое же количество и негативных публикаций данной тематики (13.2%), в большинстве которых освещены татаро-башкирские отношения в преддверии Всероссийской переписи населения (см. табл. 6).

Более трети проанализированных публикаций частных газет упоминают татар Татарстана (36.4%), в 2 раза реже – татар других регионов России (14.6%). В 45.7% публикаций этноконфессиональной тематики о татарах не упоминается. Среди публикаций, упоминающих татар Татарстана, в лидерах газеты «Акчарлак» («Чайка») (47.3%) и «Ирек майданы» («Площадь свободы») (34.5%). Проблемы и бытие татар, проживающих в других регионах России, чаще представлены в газете «Ирек майданы» («Площадь свободы») (54.5%), чуть меньше в газете «Безнең гәжит» («Наша газета») (31.8%).

Таблица 7

Распределение публикаций, упоминающих татар в частных газетах, %

Издание	Татары в Татарстане	Татары в России	Татары в мире	Татары не упоминаются
«Ирек майданы» («Площадь свободы»)	34.5	54.5	20	21.3
«Акчарлак» («Чайка»)	47.3	13.7	40	65.6
«Безнең гәжит» («Наша газета»)	16.4	31.8	40	
«Юлдаш» («Попутчик»)	1.8			13.1

Таблица 8

Распределение публикаций, упоминающих мусульман в частных газетах, %

Издание	Мусульмане в Татарстане	Мусульмане в России	Мусульмане в мире	Мусульмане не упоминаются
«Ирек майданы» («Площадь свободы»)	31	20		64.4
«Акчарлак» («Чайка»)	7.1	20		26.7
«Безнең гәжит» («Наша газета»)	47.6	60	50	
«Юлдаш» («Попутчик»)	14.3		50	8.9

Таблица 9

Представление частными печатными изданиями тем о межгрупповых конфликтах, кризисах и достижениях татарского народа

Тема	«Ирек майданы» («Площадь свободы»)	«Акчарлак» («Чайка»)	«Безнең гәжит» («Наша газета»)	«Юлдаш» («Попутчик»)
Речь о межгрупповых конфликтах	5	2	3	
Социальные, экономические, культурные проблемы, кризисы, неудачи	20	13	16	2
Социальные, экономические, культурные достижения	16	10	9	1

Небольшая часть публикаций, в которых упоминаются татары из других стран, встречается в газетах «Акчарлак» («Чайка») и «Безнең гәжит» («Наша газета») (по 40%). Таким образом, большинство публикаций, в которых упоминаются татары, – это наши соотечественники по региону и стране (см. табл. 7).

Среди небольшого количества публикаций с упоминанием мусульман около трети составляют статьи о мусульманах Татарстана, и по несколько процентов публикаций о мусульманах России и других стран (3.3% и 1.3% соответственно). В более чем половине статей о мусульманах не говорится (67.6%). Около половины публикаций, в которых упоминаются мусульмане Татарстана, напечатаны в газете «Безнең гәжит» («Наша газета») (47.6%), треть публикаций – в «Ирек майданы» («Площадь свободы») (31%), десятая доля в «Юлдаш» («Попутчик») (14.3%). О мусульманах России и в мире представлено наименьшее количество статей, дробление которого на отдельные печатные СМИ является нецелесообразным (см. табл. 8).

В частных газетах чаще представлены негативные публикации, связанные с межгрупповыми конфликтами и культурными кризисами народа (50.4%). Положительно настроенные статьи, связанные с культурными, социально-экономическими достижениями народа, в част-

ных печатных изданиях встречаются реже (31.4%). Большинство негативных тем, касающихся межгрупповых конфликтов и социально-экономических, культурных проблем татарского народа, как и было представлено ранее при анализе «настроения» публикаций, опубликованы на страницах газеты «Ирек майданы» («Площадь свободы») (5 и 20 публикаций соответственно). На втором месте по освещению вышеуказанных негативных тем является печатное издание «Безнең гәжит» («Наша газета») (3 и 16). Стоит подчеркнуть, что статей, касающихся межгрупповых конфликтов, в 5–6 раз меньше, чем публикаций о социальных, экономических и культурных проблемах, кризисах (см. табл. 9).

Среди СМИ, которые печатают позитивные темы, связанные с социальными, экономическими, культурными достижениями татарского народа, в лидерах тоже газета «Ирек майданы» («Площадь свободы») (16), чуть меньше публикаций у газет «Акчарлак» («Чайка») (10) и «Безнең гәжит» («Наша газета») (9). «Ирек майданы» («Площадь свободы») является общественно-политической, культурно-развлекательной газетой, с этим и связано частое отражение политически окрашенных публикаций как в позитивном, так и в негативном ключе. Тематика остальных газет направлена на отражение куль-

Таблица 10

Количество проанализированных статей периодических изданий по месяцам

Месяц и год	«Мәдәни жомга» («Культурная пятница»)	«Татарстан яшьләре» («Молодежь Татарстана»)	«Сөембикә» («Сююмбике»)	«Мәгариф» («Образование»)	«Шәһри Казан» («Город Казань»)	«Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан»)
Сентябрь 2020 г.	4	2	1	2	8	8
Октябрь 2020 г.	3	3	1	1	7	2
Ноябрь 2020 г.	5	2	0	3	9	4
Декабрь 2020 г.	4	1	0	2	11	6
Январь 2021 г.	1	4	0	3	7	3
Февраль 2021 г.	3	4	0	3	10	6
Март 2021 г.	1	2	0	3	6	8
Апрель 2021 г.	11	9	1	8	5	8
Май 2021 г.	3	3	0	5	9	0
Июнь 2021 г.	2	3	0	3	8	5
Июль 2021 г.	4	4	0	6	12	4
Август 2021 г.	3	2	1	9	9	7
Итого за год	44	39	4	47	101	61

турной жизни населения и позиционируется национальными изданиями.

Таким образом, частные печатные издания представляют собой газеты, нацеленные на увеличение аудитории и тиража любыми способами. Наиболее ярким примером является газета «Ирек мәйданы» («Площадь свободы»), в которой преобладающее большинство публикаций этноконфессиональной тематики освещается с негативной стороны, тем самым создавая резонанс в обществе. Газета «Акчарлак» («Чайка») оправдывает свое название как одного из ведущих национальных изданий – за представленный период наблюдений показала наиболее высокую публикационную активность статей этноконфессиональной тематики. Издание «Безнең гәжит» («Наша газета»), несмотря на то, что отличается критическим взглядом на текущие проблемы вокруг татарского народа и сохранения татарской культуры, отличилась наиболее частым упоминанием мусульман Татарстана, чем другие печатные издания. Газета «Юлдаш» («Попутчик») со своими малочисленными публикациями этноконфессиональной тематики (за весь период наблюдений всего лишь 9 статей), все касающиеся вопросов религии, особых отличительных признаков не показала. «Юлдаш» («Попутчик») – издание, которое перепечатывает публикации других печатных изданий, чаще районных («Кызыл тан», «Өмет», «Ислам нуры» и др.), а также переводы с русского языка публикаций из Интернета без какой-либо ссылки на первоисточник.

Государственные печатные издания

За весь период наблюдений проанализировано 296 публикаций государственных печат-

ных изданий с этноконфессиональным содержанием, из них большинство публикаций относится к газете «Шәһри Казан» («Город Казань») (101), в 2 раза меньше «Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан») (61), чуть меньше «Мәгариф» («Образование») (49), «Мәдәни жомга» («Культурная пятница») (47), «Татарстан яшьләре» («Молодежь Татарстана») (39), и наименьшее количество публикаций в журнале «Сөембикә» («Сююмбике») (4). Публикационная активность государственных печатных изданий по этноконфессиональным тематикам приходится на сентябрь 2020 – апрель 2021 гг. Наивысший пик активности – апрель 2021 г. В данный месяц практически все печатные издания показали свой максимум публикационной активности: «Мәдәни жомга» («Культурная пятница») – 11 публ., «Татарстан яшьләре» («Молодежь Татарстана») – 9, Мәгариф («Образование») – 8, «Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан») – 8, «Шәһри Казан» («Город Казань») – 5 (см. табл. 10).

Наиболее обсуждаемым среди трех основных этноконфессиональных тем в государственных печатных изданиях стал языковой вопрос (81.6%), более трети публикаций касались межнациональных отношений (59.2%) и на последнем месте освещение вопросов религии (38.1%).

Однако, если смотреть по отдельным газетам, в частности, по тематике публикаций, заметен определенный перекос. Например, в печатных изданиях «Шәһри Казан» («Город Казань»), «Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан»), «Мәгариф» («Образование»), как и во всех государственных публикациях в целом, предпочтение отдается теме языкового вопроса (37.1%, 16% и 11.7% соответственно). В газете

Таблица 11

Соотношение тематики публикаций в государственных печатных изданиях, %

Название периодического издания	Тематика публикаций		
	Языковой вопрос	Религия	Межнациональные отношения
«Сөембикә» («Сююмбике»)	1.4	0.6	
«Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан»)	16	5.6	10.3
«Шәһри Казан» («Город Казань»)	37.1	13.1	21.3
«Мәгариф» («Образование»)	11.7	6.3	10.3
«Мәдәни жомга» («Культурная пятница»)	8.5	1.9	13.2
«Татарстан яшьләре» («Молодежь Татарстана»)	6.9	10.6	4.1
Итого	81.6	38.1	59.2

«Татарстан яшьләре» («Молодежь Татарстана») – религиозным вопросам (10.6%), а в «Мәдәни жомга» («Культурная пятница») – межнациональным отношениям (13.2%) (см. табл. 11).

Более трети публикаций этноконфессиональной тематики в государственных изданиях – это небольшие статьи объемом 200–600 слов (37.8%). Четверть проанализированных публикаций среднего размера – 601–1000 слов (25.4%), и практически поровну – короткие сообщения размером 0–200 слов 19.1%, большие статьи объемом более 1000 слов 17.7%. Если смотреть по отдельным газетам, можно увидеть, что одни газеты отдают предпочтение небольшим заметкам и публикациям («Шәһри Казан» («Город Казань») 54.61%, «Мәгариф» («Образование») 28.1%), другие, напротив, этноконфессиональную тематику представляют в более расширенном формате («Мәдәни жомга» («Культурная пятница») 50.9%, «Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан») 31.6%, «Татарстан яшьләре» («Молодежь Татарстана») 19.7%, «Сөембикә» («Сююмбике») 7.5%).

По жанру публикаций более трети статей этноконфессиональной тематики в государственных газетах – небольшие заметки, новости, в формате сообщений (36.8%). Около трети публикаций – аналитические статьи (28.4%), остальную часть составляют репортажи (21.7%) и интервью (12.7%). Документальные материалы в государственных изданиях представлены в малом количестве (0.3%).

В зависимости от самого издания, есть газеты, которые дают предпочтение коротким сообщениям («Мәгариф» («Образование») 27.3%), другие, напротив, этноконфессиональную тематику представляют наиболее развернуто в репортажах («Шәһри Казан» («Город Казань») 64.6%), аналитических статьях («Мәдәни жомга» («Культурная пятница») 44.7%, «Татарстан яшьләре» («Молодежь Татарстана») 38.8%), в интервью со знаменитыми личностями, представителями татарского народа, экспертов («Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан») 47.4%, «Сөембикә» («Сююмбике») 7.9%). Таким образом, в большинстве государственных

изданий публикации этноконфессиональной тематики обсуждаются наиболее широко и представляют читателям глубокий взгляд на данные темы. Однако в связи с концепцией того или иного издания некоторые из них предпочитают не касаться этноконфессиональной тематики, а если и упоминают, то в небольших заметках.

Около половины публикаций в государственных печатных изданиях – положительные (42.5%), чуть меньше – нейтральные (36.5%), и каждая пятая из всех этноконфессиональных публикаций – негативная (20.7%). Наша гипотеза о том, что государственные издания чаще освещают позитивно-нейтральную ситуацию этноконфессиональных отношений, подтвердилась. Однако есть несколько газет, у которых наблюдается преобладание негативных публикаций, – это «Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан») 33.9%, «Мәдәни жомга» («Культурная пятница») 25.8%, «Татарстан яшьләре» («Молодежь Татарстана») 22.6%. В положительном ключе представляет этноконфессиональную ситуацию журнал «Мәгариф» («Образование») 24.4%, в нейтральном – «Шәһри Казан» («Город Казань») 56.9% и «Сөембикә» («Сююмбике») 1.8%. Можно сделать вывод, что такие приемы для привлечения аудитории, как негативный контент, применяется и в государственных изданиях «Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан»), «Мәдәни жомга» («Культурная пятница»), «Татарстан яшьләре» («Молодежь Татарстана»).

В государственных печатных изданиях татары России и других стран мира упоминаются в несколько раз чаще, чем в частных (татары России – 29.8% в государственных изданиях и 14.6% – в частных изданиях; татары мира – 9.4% и 3.3% соответственно). Упоминание татар Татарстана выше и в частных изданиях (41.1% и 36.4% соответственно). Это говорит о том, что в государственных изданиях уделяется большое внимание освещению тем, касающихся татар, не только живущих в Республике Татарстан, но и других регионах России, а также представителей татарского этноса из других

Таблица 12

Распределение публикаций, упоминающих татар в государственных печатных изданиях, %

Издание	Татары в Татарстане	Татары в России	Татары в мире	Татары не упоминаются
«Сөембикә» («Сююмбике»)	0.8			5.9
«Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан»)	21.1	21.3	42.9	11.8
«Шәһри Казан» («Город Казань»)	44.7	19.1	35.7	50
«Мәгариф» («Образование»)	24.4	5.6	10.7	32.4
«Мәдәни жомга» («Культурная пятница»)	4.1	36	10.7	
«Татарстан яшьләре» («Молодежь Татарстана»)	4.9	18		

Таблица 13

Распределение публикаций, упоминающих мусульман в государственных газетах (в %)

Издание	Мусульмане в Татарстане	Мусульмане в России	Мусульмане в мире	Мусульмане не упоминаются
«Сөембикә» («Сююмбике»)				2.3
«Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан»)	14		60	28.7
«Шәһри Казан» («Город Казань»)	40	33.3	20	45.6
«Мәгариф» («Образование»)	10	33.3	20	23.4
«Мәдәни жомга» («Культурная пятница»)	4	22.2		
«Татарстан яшьләре» («Молодежь Татарстана»)	32	11.2		

стран. Среди публикаций, упоминающих татар Татарстана, в лидерах газета «Шәһри Казан» («Город Казань») (44.7%) и журнал «Мәгариф» («Образование») (24.4%). Жизнь и культурные особенности татар, проживающих в других регионах России, чаще представлены в газетах «Мәдәни жомга» («Культурная пятница») (36%), в 2 раза меньше в «Татарстан яшьләре» («Молодежь Татарстана») (18%). Небольшая часть публикаций, в которых упоминаются татары из других стран, встречается в газетах «Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан») (42.9%) и «Шәһри Казан» («Город Казань») (35.7 %) (см. табл. 12).

В публикациях государственных печатных изданий мусульмане упоминаются реже, чем в частных. Чаще всего говорится о мусульманах Татарстана – 16.7%, реже о мусульманах России – 3% и мусульманах из других стран – 1.7%. В большей части публикаций не говорится о мусульманах 78.6%. Чаще всего мусульмане Татарстана упоминаются в газетах «Шәһри Казан» («Город Казань») 40%, «Татарстан яшьләре» («Молодежь Татарстана») 32%. О мусульманах России чаще говорится в газете «Шәһри Казан» («Город Казань») и журнале «Мәгариф» («Образование») (по 33.3%), мусульманах из других стран больше пишет газета «Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан») 60% (см. табл. 13).

Как и было представлено ранее, государственные печатные издания чаще освещают положительный опыт о татарах. Если сравнивать с частными СМИ, то государственные издания в 1.7 раза меньше печатают статьи о

межгрупповых конфликтах, культурных проблемах и кризисах и в 1.3 раза больше – о социальных, экономических и культурных достижениях народа.

Однако на общем фоне преобладания положительных публикаций о культурных достижениях народа и среди государственных изданий есть газеты, освещающие негативные моменты. Например, в газетах «Татарстан яшьләре» («Молодежь Татарстана») и «Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан») преобладают публикации о межгрупповых конфликтах, социальных и культурных кризисах (по 23 публикации), чем о социальных, экономических и культурных достижениях народа (14 и 20 публикаций соответственно). В журнале «Сөембикә» («Сююмбике») в равной степени публикации, отражающие и кризис народа, и культурные достижения (по 2 публикации по каждому направлению). В остальных печатных изданиях преобладают публикации о положительном опыте развития, достижениях татарского народа: «Шәһри Казан» («Город Казань») (36 публикаций), «Мәгариф» («Образование») (29), «Мәдәни жомга» («Культурная пятница») (24) (см. табл. 14).

Таким образом, государственные печатные издания представляют собой газеты, журналы, чаще публикующие позитивные этноконфессиональные статьи, положительный опыт татарского народа в развитии культуры, экономики и социальных отношений. Религиозных вопросов государственные издания касаются реже частных. В то же время государственные СМИ активно выступают за сохранение и развитие род-

Таблица 14

Количество публикаций о межгрупповых конфликтах, кризисах и достижениях татарского народа в государственных печатных СМИ

Тема	«Сөембикә» («Суюмбике»)	«Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан»)	«Шәһри Казан» («Город Казань»)	«Мәгариф» («Образование»)	«Мәдәни жомга» («Культурная пятница»)	«Татарстан яшьләре» («Молодежь Татарстана»)
Речь о межгрупповых конфликтах		12	2	2		
Социальные, экономические, культурные проблемы, кризисы, неудачи	2	11	16	1	20	23
Социальные, экономические, культурные достижения	2	20	36	29	24	14

ного языка, в связи с чем публикации о языковом вопросе преобладают над статьями о религиозных и межнациональных отношениях. Однако, несмотря на преобладание позитивно настроенных публикаций, и среди государственных изданий выделились несколько газет, использующих приемы освещения негативных, резонансных событий, привлекая внимание для увеличения аудитории («Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан»), «Шәһри Казан» («Город Казань»)), благодаря чему и тираж данных изданий высокий (см. табл. 1).

Таким образом, частные печатные издания представляют собой газеты, нацеленные на увеличение аудитории и тиража любыми способами. Наиболее ярким примером является газета «Ирек мәйданы» («Площадь свободы»), в которой публикации чаще освещены с негативной стороны. Газета «Акчарлак» («Чайка») показала наиболее высокую публикационную активность статей этноконфессиональной тематики. Издание «Безнең гәзит» («Наша газета»), несмотря на то, что выделяется критическим взглядом на текущие проблемы вокруг татарского народа и сохранения татарской культуры, отличилось наиболее частым упоминанием мусульман Татарстана, чем другие печатные издания. Газета «Юлдаш» («Попутчик») со своими малочисленными публикациями этноконфессиональной тематики (за весь период наблюдений всего лишь 9 статей) особых отличительных особенностей не показала.

Наша гипотеза о том, что публикационная активность в государственных СМИ в положительном ракурсе будет преобладать, подтвердилась. Однако и среди государственных печатных изданий определилась ниша, аналогичная частным изданиям. Например, газеты «Ватаным Татарстан» («Моя родина Татарстан») и «Татарстан яшьләре» («Молодежь Татарстана»), наряду с позитивными достижениями татарского народа, в

равном количестве, а в некоторых вопросах и чаще освещали негативные моменты, связанные с межгрупповыми конфликтами, социально-экономическими, культурными кризисами народа.

Трансляция этноконфессиональных традиций в татароязычных СМИ активно ведется, что наблюдается как в государственных, так и в частных печатных изданиях. Современные семьи в настоящее время чаще нуклеарные, где связь между поколениями слабая и трансляции традиций из поколения в поколение практически не происходит. Единственная надежда остается на внешние агенты социализации, в том числе и средства массовой информации, которые формируют общественное сознание. Для повышения этноконфессионального сознания народа необходимо чаще знакомить население с этнокультурными традициями, обрядами, обычаями, чтобы представители той или иной этнической общности гордились своими традициями, сохраняли и стремились выполнять.

Исследование проведено в рамках государственной программы «Сохранение, изучение и развитие государственных языков Республики Татарстан и других языков в Республике Татарстан на 2014–2022 годы» подпрограммы 7.2. «Социолингвистический мониторинг этноязыковой ситуации в Республике Татарстан». Исследование проводилось под руководством и непосредственным участием автора данной статьи, а также сотрудниками Центра исламоведческих исследований Д.Р. Гильмутдинова, И.А. Мухаметзарипова, М.Р. Гибадуллиной.

Список литературы

1. Лауристин М.И. О некоторых методологических вопросах анализа содержания массовой информации // Вопросы философии. 1974. № 6. С. 112–121.
2. Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. Изд. 2-е, испр. и доп. М.: Институт социологии РАН и научный мир. Москва. 2001. 214 с.

3. Гарифуллин В.З. Национальные СМИ Татарстана в условиях глобализации информационного пространства // Приоритеты массмедиа и ценности профессии журналиста: Материалы Международной научно-практической конференции (Екате-

ринбург, 17–18 мая 2018 г.). Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2018. С. 227–229.

4. Татарская журналистика: становление и развитие. Казань, 2016.

BROADCASTING OF ETHNO-CONFESSIONAL TRADITIONS IN THE TATAR-LANGUAGE MEDIA: CONTENT ANALYSIS OF PRINT PUBLICATIONS

G.I. Galieva

Center for Islamic Studies of Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan, Kazan,
the Republic of Tatarstan, the Russian Federation

In modern conditions of development of various technologies, the information space is expanding and receipt of information occurs through not only print media, radio, television, and the Internet. The Republic of Tatarstan is a multi-ethnic region, where more than half of the population are Tatars. In the Republic in different areas of society are widely used two official languages (Russian and Tatar), in connection with which, along with Russian, and operate tatar language media, which actively uses the Tatar population. It is advisable to examine tatar language media on the subject of lighting ethno-religious issues in its publications. To do this, we conducted a content analysis of the print media and Internet resources. This article presents the results of an analysis of the print media, published for the period from 1 September 2020 to 31 August 2021. Because of the limited volume of the article, the results of the content analysis of the Internet resources are not included in this publication. To conduct a content analysis of us were identified three main themes: language, religion, ethnic relations, in which were analyzed 446 publications related to these topics.

Every source of media has its own characteristics, the concept and objectives. Print media, depending on the edition (public or private) may differ with the views of certain information. We analyzed every printed source. According to the results of the content analysis of print media revealed that state Newspapers often highlight the positive developments of the people and religious events than individuals who, in turn, in order to increase the circulation can not provide reliable information and often cover events from a negative point of view, creating a public outcry. However, this trend is characteristic not only of private, but also of some state-owned publications, which are describing in more detail in this article.

Keywords: Tatar language media, ethno-cultural traditions, religion, ethnos, nation, interethnic relations, language situation, broadcasting of traditions.