

Было бы неверным утверждать, что проблемный очерк, представленный на страницах еженедельника «Аргументы и Факты», не отвечает требованиям жанра. Напротив, в материалах практически в равной мере представлены аналитическое и художественное начало, четко поставлена проблема и зачастую прослеживаются пути ее решения. Отличает же проблемные очерки в «АиФ» от любых других то, что информационным поводом для их опубликования нередко служат обращения и вопросы аудитории издания. Такой подход к выбору предмета материала является наиболее успешным и, можно сказать, служит популяризации жанра проблемный очерк в современной периодической печати. В подтверждение этому стоит сказать, что практически к каждому очерку Вячеслава Костикова на официальном сайте издания читатели оставляют не менее 300 комментариев. Несомненно, это говорит о значимости и непревзойденной силе воздействия материала, написанного в жанре проблемного очерка, на современного читателя.

ЛИТЕРАТУРА И ИСТОЧНИКИ

1. *Кройчик Л.Е.* Система журналистских жанров // Корконосенко С.Г. Основы творческой деятельности журналиста. СПб: Знание, 2000. С. 125-168.
2. *Тертычный А.А.* Жанры периодической печати. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm> (режим доступа – свободный).
3. Издательский дом «Аргументы и Факты». [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://corp.aif.ru/page/4> (режим доступа – свободный).
4. Рейтинг популярности российских СМИ за I квартал 2013 г. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.advertology.ru/article114754.htm> (режим доступа – свободный).
5. Аргументы и Факты. 2011. №№ 1-52.
6. *Зятьков Н.* Балласт – за борт! // Аргументы и Факты. 2011. № 44. С.4.
7. *Костиков В.* На обломках родины моей // Аргументы и Факты. 2011. № 17. С.6.

ФУНКЦИОНАЛЬНО-ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЖЕНСКОГО ЖУРНАЛА НА ТАТАРСКОМ ЯЗЫКЕ

Р.Л. Зайни,

Казанский (Приволжский) федеральный университет, доцент

E-mail: zaini@yandex.ru

Аннотация: в статье определяются системные признаки особого типа издания – журнала для женщин. Дается типологическая характеристика журнала «Сөембикә» («Сююмбике»).

Ключевые слова: история татарской журналистики, женская пресса, типология СМИ, типологические характеристики, татарские журналы, журнал «Сююмбике», периодика, аудитория.

Summary: the article determines the system features a special type of publication – a magazine for women. We present the typological characteristics of the magazine «Сююмбике» («Syuyumbike»).

Keywords: history of the tatar journalism, the women's press, typology of media, typological characteristics, tatar magazines, «Syuyumbike» magazine, press, audience.

В современном мире система СМИ претерпевает серьезные типологические изменения в связи с популярным стремлением удовлетворить информационные потребности аудитории. К сожалению, ориентация на конкретную читательскую аудиторию – палка о двух концах. Ведь диктовка аудитории интересного лишь ей содержания приводит зачастую к превалированию примитивно-однотипных материалов развлекательного характера. Необходимо уметь удерживать так называемую «золотую середину», при которой были бы удовлетворены и читательские запросы, и издание оставалось верным своей программе и общечеловеческим ценностям, что особенно актуально для женских журналов. Ведь именно женщина – хранительница очага, основа семьи, а значит и общества. Женщина воспитывает ребенка – будущего человека, в руках женщины ключи будущего.

В данной статье будут рассмотрены функционально-типологические особенности женского журнала на татарском языке «Сөембикә» («Сююмбике»). Изучение типологических особенностей издания дает возможность определить место издания в системе СМИ региона, всей России и мира.

В. Смеюха, изучая тематическую и аудиторную направленность женских журналов, издававшихся в 90-х гг. XX в., выделила восемь типов изданий. Известные всем «Работница» и «Крестьянка» относятся к типу социально-бытовых. Похожие на них, но больше направленные на освещение жизни женщины в семье и быту новые издания, такие как «Лиза», «Домашний очаг» и «Натали» называются семейно-бытовыми. Принципиально новые для российского читателя так называемые «гламурные» журналы, рассказывающие об известных и не очень женщинах и об их стильном образе жизни :«Cosmopolitan», «Elle», «Marie Claire», «Harper's Bazaar» – это элитарные издания. Также издавались феминистские («Женское чтение», «Преображение»), узко-профессиональные («Сестринское дело», «Секретарь», «Секретарь и офис»); религиозные («С Верой, Надеждой, Любовью», «Сестра») журналы. Среди изобилия женской печатной продукции выделяются журналы для молодых девушек («Штучка», «Cool Girl», «Маруся») и специализированные журналы по хобби и интересам – вязальные, швейные, вышивальные и т.д. («Бурда моден», «Диана моден») [1, С.56].

Когда же дело касается изданий на татарском языке, то такое изобилие женских журналов нам может только сниться. В настоящее время в Республике Татарстан издается один журнал, целевой аудиторией которого является женский пол – «Сююмбике»: журнал с почти вековой историей. Издание распространяется на всей территории России, его читают на Украине, в Казахстане, Узбекистане, США, Финляндии и даже Австралии.

По типологии, представленной В. Смеюха, «Сююмбике» относится к самому первому типу – к типу социально-бытового журнала. Для этого типа изданий, а ровно и для журнала «Сююмбике», характерен особый подход к почти вековым традициям и постоянное освещение социальных проблем.

Справедливости ради стоит отметить, что в Казани издательским домом «Акчарлак» («Чайка») распространяется газета для женщин «Татар хатыны» («Татарская женщина»), которая стремится занять пустующую нишу в системе татароязычных СМИ РТ. Но эта молодая газета не столь известна и популярна, как журнал «Сююмбике».

Среди исследователей татарской журналистики принято считать, что этот журнал берет начало с общественно-политического и литературного журнала с тем же названием, выходившем с 27 октября 1913-го по январь 1918 гг. Его издателем и редактором был Якуб Халили, который в 1917-1918 гг. одновременно выпускал и детский журнал «Балалар дөнъясы» («Детский мир»). Журнал «Сююмбике» выходил в Казани на татарском языке с периодичностью два раза в месяц (всего вышло 115 номеров). Наиболее активными авторами журнала были Ф. Сулеймания, М. Музаффария, Багбустан ханум, М. Акчурина, Н. Думави, Ш. Ахмадиев, Р. Ибрагимия [2].

В журнале «Сююмбике» в то время очень часто использовалось понятие «милләт аналары» (матери нации). Вообще, это словосочетание встречается во многих газетах и журналах начала XX в. и означало, что женщина не просто чья-нибудь мать, а сила, способная привести к прогрессу татарское общество [3].

После Октябрьской революции 1917 г. соответствующим декретом Ленина были закрыты все существующие газеты и журналы. Журнал «Сююмбике» постигла та же участь. Но идея журнала для женщин оказалась необходимой и в советское время. Поэтому в 1926 г. в ТАССР начал выходить новый журнал для женщин под названием «Азат хатын» («Освобожденная, свободная женщина»). «Азат хатын» распространялся по всей территории Советского Союза и стал активным участником коммунистического воспитания. Как писал об этом известный татарский поэт Хади Такташ, который в 1926-1929 гг. был ответственным секретарем этого издания, журнал «...поставил перед собой цель быть ведущим в деле воспитания рабоче-крестьянских женщин и превращения женщин в равных мужчинам членов общества» [4].

После 90-х годов XX в. журнал претерпел изменения как в содержательном, так и жанровом планах. Менялся социальный портрет аудитории, появились новые информационные запросы со стороны общества. Само время требовало от издателей журнала кардинальных изменений. В первую очередь сменилось название издания. В 1992 г. журнал вернулся к изначальному бренду – имени Сююмбике, ставшему объединяющим символом татарского народа.

Таким образом, редакция журнала пересмотрела концепцию издания в духе времени. Как пишет о женских журналах нового времени В. Смеюха, «Модель советского женского журнала постепенно трансформировалась в издание для женщины и ее семьи, процесс типологической модификации требовал определенного времени и практических навыков» [5, С.65].

Журнал продолжает развиваться и сегодня. Изменения коснулись и процесса смены главного редактора журнала в 2009 г. Нынешний главный редактор Л. Юнысова об этом говорит так: «Вначале от меня ожидали, что я сделаю из издания гламурный журнал. Доверия было всего настолько» [6]. То есть этим самым она подчеркивает, насколько чужда современному татарскому обществу сама идея гламурного журнала. А удовлетворение запросов аудитории – одна из предпосылок успешности журнала.

Очень часто журнал «Сююмбике» в официальных докладах выступает как удачный пример ребрендинга издания: «Мы создали привлекательный продукт, качественный, интересный...» [7].

В. Смеюха отмечает, что с началом активного развития прессы в 90-е гг. XX в. интерес к сегменту женских журналов был обусловлен в том числе и коммерческим интересом: «Женские журналы вошли в список изданий, наиболее популярных у рекламодателей» [8, С.209].

Но, в отличие от женских журналов на русском языке, активно рекламирующих одежду, обувь, косметические средства, журнал «Сююмбике» очень редко публикует рекламу. Если она и присутствует, то только на 4-ой странице обложки. Например, это реклама услуг турецких авиалиний (2010 г., № 8) или продукции ООО «Магия серебра» (2012 г., № 12). В основном рекламируемые компании в определенной степени участвуют в подготовке журнала. Например, редакция обещает подарить всем сотрудникам почты, которые смогут подписать на журнал 100 человек, серебряные украшения вышеназванной компании «Магия серебра» (2012 г., № 12). Таким образом, решительный отказ редакции от рекламных объявлений делает этот журнал непопулярным для рекламодателей.

Тираж его в настоящее время составляет около 10 000 экземпляров, одна пятая часть которого распространяется за пределами Татарстана. Отметим, что в советское время тираж доходил аж до полумиллиона экземпляров.

В настоящее время журнал остается верным своей исторической миссии и продолжает деятельность в пяти направлениях. Блок «Заман һәм без» («Время и мы») посвящен поиску решений проблем современности; «Татар дөнъясы» («Татарский мир») – это своеобразная площадка для обмена мнениями представительниц татарской нации со всего мира; «Хатын-кыз галәме» («Женский мир») учит кулинарии и рукоделию, воспитанию ребенка; содержание рубрик «мәдәни тормыш» («Культура»), «Яшәеш» («Жизнь») понятен уже из самих названий.

Несмотря на то, что главный редактор Л. Юнысова считает, что редакция готовит журнал в виде семейного издания, а читателей они не делят ни по возрасту, ни по социальному положению, ни даже по половому признаку [9], все равно, основным читателем журнала является его героиня – женщина.

Кто она? Какая она? Исходя из тех материалов, в которых представлены образы наших современниц, можно совершенно точно определить, что она – современная и успешная татарка, в меру религиозна, умна, мудра, чиста; это женщина, верная самой себе, семье, родителям, родному языку и своему народу. Одним словом, журнал старается предложить своему читателю реальный портрет современной татарской женщины с ее возможным потенциалом, подчеркивая, что женщина ответственна за судьбу собственного народа.

Именно как социально-бытовой журнал для женщин, «Сююмбике» рассматривает женщину как активного члена общества. Поэтому героинями журнала становятся учителя и врачи, успешные бизнесмены и многодетные мамы, передовые труженицы села или производства, представители власти или творческой интеллигенции. Очень часто фото главной героини номера размещается на обложке. Например, для 1-го номера 2008 г. это – актриса Гульназ Мухаммадиева, для 3-го номера того же года – композитор Резеда Ахиярова, 6-го номера 2010 г. – школьница, одна из победительниц республиканского конкурса «Татарская девушка» Айбикя Фаттахова, для 8-го номера того же года – генеральный директор строительной компании Гузель Тимергалиева, для 10-го номера 2012 г. – директор элеватора Гюлюса Давлетшина, для 12 номера – стилист Альмира Бурганова... Журнал писал о Светлане Изамбаевой, которая после заболевания СПИДом организовала собственный фонд для оказания помощи таким же, как она сама (2012 г., № 12); о многодетной матери Дилбар Шафигуллиной, получившей от рук Президента России медаль материнской славы (2010 г., № 8), о Рагне Акмуллиной, профессоре, генерал-майоре, директоре военного госпиталя в Китае (2012 г., № 2). Даже этот небольшой список говорит о круге героинь и читателей журнала.

Каждый выпуск журнала в последнее время косвенно посвящен одной теме: не всегда можно сказать, что все материалы номера освещают одну проблему, но определенная связь между некоторыми из них существует. Например, рассмотрим 10-й номер 2012 г. Номер целиком посвящен проблеме старения женщины. З. Туганова в статье «Картлык кайчан башлана?» (Когда начинается старость?) повествование начинает с себя: автор вышла на пенсию, получила пенсионное удостоверение. И вдруг поняла, что еще абсолютно не готова становиться пожилой. В статье автор приводит свои размышления по поводу психологического и физического состояния здоровья женщин пенсионного возраста. Ее вывод ожидаем – никогда не сдаваться, не опускать руки и не переставать обращать на себя внимания; получение пенсионной книжки еще не повод почувствовать себя старой. Надо отметить, что общая тема номера не случайна, ведь 1 октября в России отмечается День пожилого человека, надо думать, что именно эта дата сыграла свою роль при определении темы номера.

Несколько других публицистических материалов этого номера продолжают тему пожилого человека, а если быть точнее – пожилой женщины. Например, в рубрике «Сэламәтлек» («Здоровье») заслуженный врач РТ Р.Мухина рассказывает о болезни, которой страдают люди старшего возраста, – остеопорозе (материал называется «XXI гасырның «телсез» эпидемиясе» («“Глухая” эпидемия XXI в.»)); психологические советы от редакции, а также комментарии на

эту тему Л.Мишиной, председателя регионального отделения по Татарстану Всероссийской общественной организации «Союз российский пенсионеров», и даже художественное произведение – рассказ Ф. Муслимовой «Бэби туе» («Праздник в честь рождения ребенка») косвенно поднимают тему внимания к старшим.

Язык журнала спокойный, эпический. Рассказ ведется, будь это статья или журналистское расследование, очерк или рецензия, в основном в повествовательном тоне. Можно сказать, что выработан некий «фирменный» стиль авторов данного журнала: логически оформленные мысли, глубокий анализ, собственная оценка...

Журнал «Сююмбике», будучи периодическим изданием, определяет жизненную ориентацию, вносит вклад в дело формирования общественного мнения. Остается надежда, что, имея опыт издания такого журнала, издатели, журналисты в будущем найдут возможность расширения системы СМИ на татарском языке, а именно – формирования новых типологических групп журналов для женщин по разным возрастным, профессиональным или социальным факторам.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Смеюха В.В.* Отечественные женские журналы: история и типология // Вопросы теории и практики журналистики. 2012. № 2. С. 50-57.

2. *Ахунов А., Замалдынова Ч.* Якуб Халили: новые штрихи к биографии // Гасырлар авазы – Эхо веков. 2004. № 2. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: http://www.archive.gov.tatarstan.ru/magazine/go/anonymous/main/?path=mg:/numbers/2004_2/05/05_2/ (режим доступа – свободный).

3. *Мөслихова Ч.* «Ханым вә туташлар дикъкатенә...» («Сөембикә» журналына 100 ел) // Безнең мирас. 2013. № 11. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://matbugat.ru/news/?id=8969> (режим доступа – свободный).

4. *Такташ Г.Х.* Әсәрләр: 3 томда. 2 т.: проза, әдәбият-сәнгать тәнкыйте мәкаләләре, публицистика / Төз. текст., иск. һәм аңл. әзерл. Л. Гайнанова; кереш сүз авт. Л. Гайнанова. Төз. һәм тулыл. 2 нче басма. Казан: Татар. кит. нәшр., 2010. 383 б. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://kitaphane.tatars-tan.ru/file/Татар хатын-кызлар матбугаты.doc> (режим доступа – свободный).

5. *Смеюха В.В.* Женские журналы СССР в 1945-1991 гг.: типология, проблематика, образная трансформация // Женщина в российском обществе. 2012. № 1. С. 55-67. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=17862227> (режим доступа – свободный).

6. *Жәлилова Г.* Чын классиканың заманы узмый // Шәһри Казан. 2013. 31 дек. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://shahrikazan.com/ru/component/k2/item/6476-chyin-klassikany%D2%A3-zamany-uzmyiy.html> (режим доступа – свободный).

7. *Рамазанова А.* «Обаятельный татарин» заменит Шрайбикуса, или «Мягкий» ребрендинг для национальных СМИ // Доступно на: URL: <http://www.tatar.ru/> <http://etatar.ru/18/39448> (режим доступа – свободный).

8. *Смеюха В.В.* Особенности развития глянцевого женского журналов // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2010. № 1. С. 209-214. (209)

9. *Гыймадова Г.* Лэйсэн Юнысова: “Сөембикә” белән үзгәрәм // Ватаным Татарстан. 2013. 28 дек. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://matbugat.ru/news/?id=9018> (режим доступа – свободный).

КОММУНИКАЦИОННЫЙ ИНТЕГРАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС И МЕЖДУНАРОДНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

Б.Л. Залесский,

Белорусский государственный университет (г. Минск), доцент

E-mail: boris@ez.by

Аннотация: в статье исследуются актуальные вопросы влияния глобального коммуникационного интеграционного процесса на состояние современной международной журналистики, роль и значение которой в условиях радикальных преобразований медиаландшафта мира значительно возрастает.

Ключевые слова: международная журналистика, трансформационные процессы глобальной коммуникации, международный информационный обмен.

Summary: the article explores the influence of the global communication and integration process on modern international journalism, whose increasing role and significance have been due to sweeping changes on the world media landscape.

Keywords: international journalism, transformational processes of global communication, international information exchange.

В условиях растущей глобализации, под которой сегодня понимаются масштабные изменения, затрагивающие все сферы человеческой жизни – политики, экономики, культуры, международных отношений, стремительно прогрессирует и область коммуникаций, где под влиянием научно-технического прогресса происходит информационная революция. Ее следствием стало формирование новой коммуникационной системы, которая «радикально трансформирует пространство и время, фундаментальные измерения человеческой жизни» [1] и в которой «информация приобретает суперглобальное распространение, что влияет на все сферы жизнедеятельности человека, так как безгранична всепротянутая доступность всех видов информации – газетного текста, телевизионного изображения и радиоэфирного материала в неограниченном количестве» [2, С.377]. При этом мировой информационный поток становится самостоятельной функциональной системой, состоящей из информационных пространств всех государств, образующих глобальную сеть, действующую по одним технологическим принципам распространения информации. Под информационным пространством в данном случае мы понимаем специфический ком-