

На правах рукописи

Шайхитдинов Тимур Витальевич

**МЕДИАТЕКСТЫ ОБ ИСЛАМЕ
В ЖУРНАЛИСТСКОМ ДИСКУРСЕ:
ТИПОЛОГИЯ, ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ**

Специальность 10.01.10-журналистика

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Казань-2016

Работа выполнена на кафедре татарской журналистики
Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций Института
социально-философских наук и массовых коммуникаций ФГАОУ ВО «Казанский
(Приволжский) федеральный университет»

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой татарской журналистики
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский)
федеральный университет»
Гарифуллин Васил Загитович

Официальные оппоненты: доктор филологических наук,
профессор факультета коммуникаций,
медиа и дизайна НИУ
«Высшая школа экономики»
Дзялошинский Иосиф Мордкович

кандидат филологических наук,
старший преподаватель кафедры
гуманитарных дисциплин Частного учреждения
высшего образования «Российский исламский
институт» (ЧУВО РИИ)
Галямутдинов Адель Ильсурович

Ведущая организация: ФГОУ ВПО «Санкт-Петербургский
государственный университет»

Защита диссертации состоится «24» ноября 2016 г. в 12.00 на заседании диссертационного совета Д 212.081.14 при ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) Казанский университет» по адресу: 420021, Республика Татарстан, г.Казань, ул.Татарстан, д.2, ауд.207.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке им Н.И.Лобачевского ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) Казанский университет» (г.Казань, ул.Кремлевская, д.35).

Электронная версия автореферата размещена на официальном сайте ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) Казанский университет»: <http://www.kpfu.ru>

Автореферат разослан «22» сентября 2016г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат филологических наук, доцент

Р.Л.Зайни

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Гуманитарии отмечают, что современная культура утратила статус литературоцентричности и демонстрирует все признаки медиационности. Картина мира предстает как медиакартина мира¹. Местом схождения разного рода смыслов, формирующих эту картину, становится медиатекст. Наряду с общими закономерностями текстопорождения на разных тематических направлениях можно отметить свои особенности формирования медиатекстов. Тема религии, будучи втянута в борьбу идеологических воззрений, сегодня выдвинулась на передний план. В особенности этим отмечена тема ислама. Изучение способов ее представленности позволяет выявить тенденции развития медиакартины в целом.

В ходе такого изучения между существующими подходами и специфичностью предмета, с нашей точки зрения, наблюдается некоторое противоречие. Дело в том, что само понятие медиатекста, появившееся впервые в 90-е годы XX века в англоязычной научной литературе², обнаруживает его принадлежность к современной западной культуре, которая естественным образом открыта процессам глобализации. В то время как содержательная часть темы религии определяется ее связью с сакральными смыслами и бережное отношение к ним в публичной сфере характерно в большей степени для традиционных обществ. К примеру, в мусульманских странах ценности повседневного образа жизни вступают в конфликт с идеологией глобальных сетей Интернет. Не случайно поэтому в конце XX столетия назрел вопрос о путях «модернизации ислама», с одной стороны, и о необходимости с пониманием относиться к религиозному опыту верующих - с другой³. В российской медиасфере противоречие между приверженностью мусульманских этносов теологической традиции и между секулярным способом подачи темы религии в современных медиатекстах тоже дает о себе знать. На этой почве возникают информационные споры.

Данные обстоятельства определяют актуальность изучения типологических и функциональных особенностей медиатекстов об исламе. Кроме того, выявление способов подачи темы религии призвано помочь противостоять манипулятивным воздействиям. Это важно прежде всего по отношению к исламу, новейшая история которого оказалась омрачена деятельностью экстремистских исламистских организаций. Их активность в Интернете насаждает ложные стереотипы о многовековой конфессии, вытесняя на периферию ее созидательный потенциал.

¹ Анненкова И.В. Медиадискурс XX века: Лингвофилософский аспект языка СМИ. М.: Изд-во Моск. ун-та: Факультет жур-ки МГУ, 2001. С.6

² Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. – М.: Флинта, 2014. – С.11.

³Islam and Modernity / Edited by John Cooper, Ronald L. Nettler and Mohamed Mahmoud London, New York: I.B. Tauris Publishers, 1998. 221 p.

Вопрос о том, как в условиях интенсивного внедрения медиа в культуру функционально изменяются традиционные типы текстов об исламе и что при этом помогает сохранить и приумножить их гуманистическое содержание, определяет проблемное поле данного исследования.

Степень научной разработанности проблемы. В теории журналистики рассмотрение особенностей освещения темы религии включено в исследования информационной повестки дня СМИ⁴, а также в исследования, которые проблематизируют представленность человека в информационном пространстве в рыночных условиях. Это труды по социальной журналистике⁵, по аксиологии журналистики⁶.

Вторым направлением, на котором разрабатывается проблематика, затрагиваемая темой нашего исследования, является изучение функциональной специфики современных медиатекстов, опыт их типологизации⁷. К данной группе трудов отнесем монографии М.И. Стюфляевой⁸, В.В. Ученовой⁹, И.В. Анненковой¹⁰, С.И.Сметаниной¹¹, Э.В. Чепкиной¹², работы других отечественных теоретиков журналистики, наблюдения которых нашли развитие в большом объеме текстологических исследований, раскрывающих жанрово-стилистическое, функциональное многообразие современных текстов СМИ¹³.

Третье направление, которое можно связать с поднимаемой нами проблемой, представлено публикациями по нормативным концепциям журналистики и СМИ. В перестроечные годы эти концепции в виде «теорий прессы» из переводной

⁴ Кашинская Л., Лукина М., Реснянская Л. Религия в информационном поле российских СМИ. М.:МедиаСоюз, 2003; Кашинская Л.В. Духовно-религиозная проблематика / Проблематика СМИ: Информационная повестка дня. М.: Аспект-Пресс, 2008. С.178-191.

⁵ Фролова Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество. М.: МедиаМир, 2014. 352 с.

⁶ Лазутина Г.В. Журналистика в жизни общества – пером теоретика и практика. М.: Ф-т жур-ки МГУ, 2016. 252 с.; Медиа накануне постсекулярного мира. Коллективная монография / Под ред. В.А.Сидорова. – СПб.: ИД «Петрополис», 2014. 176 с.

⁷ Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. – М.: Флинта, 2014. 264с.; Солганик Г.Я. К определению понятий «текст» и «медиатекст» // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2005. - № 2. – С.7-15; Мельник Г.С. Медиатекст как объект лингвистических исследований // Журналистский ежегодник. – Изд-во СПбГУ. - 2012. - №1. - С.27-29; Современный медиатекст / Отв. Ред. Н.А.Кузьмина. М.: Флинта, 2014. 416 с.

⁸ Стюфляева М.И. Образные ресурсы публицистики. М.: Мысль, 1982. 175 с.

⁹ Ученова В.В. У истоков публицистики: Монография. М.: Изд-во МГУ, 1989. 214 с.; ее же (в соавторстве с С.А.Шомовой): Полифония текстов в культуре: Монография. М.: Омега-Л, ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2003. 392 с.

¹⁰ Анненкова И.В. Медиадискурс XX века: Лингвофилософский аспект языка СМИ. М.: Изд-во Млск. ун-та: Факультет жур-ки МГУ, 20011. 392 с.

¹¹ Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры: Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века: Монография. СПб.: Изд-во Михайлова В.А. 2002. 383 с.

¹²Чепкина Э.В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995-2000): Монография. Екатеринбург: Изд-во Уральск. ун-та, 2000. 279 с.

¹³ См. труды Бережной М.А., Кима М.Н. Кройчика Л.Е., Тертычного А.А.

литературы¹⁴ добавили пищу для дискуссионных площадок о судьбах российской журналистики, - быть ли ей «четвертой властью», «зеркалом» или «служанкой»¹⁵. Для темы нашего исследования важно, что в теориях прессы учитывается то обстоятельство, что коммуникация с помощью медиа - это не только передача сообщения от источника адресату. Это еще и взаимодействие неких ожиданий, интересов, позиций, обусловленных общественными традициями, особенностями менталитета, доминирующими субъектами в медиасфере¹⁶. В исторически сложившихся моделях коммуникации («теориях прессы») акцент делается на одном из факторов, который принимается в качестве доминирующего. И все эти теории, как указывают специалисты, сегодня можно реконструировать по российским медиатекстам и нормативным ожиданиям по их поводу¹⁷.

В условиях, когда СМИ как бизнес-предприятия, формирующие массовую культуру потребления, далеки от того, что принято называть журналистской деятельностью, нормативные теории прессы очерчивают границы журналистского дискурса. Это важно еще и потому, что выявление типологических характеристик и функциональных особенностей медиатекстов об исламе не возможно без обращения к «пограничным зонам» текстопорождения, которые могут быть принципиально отдалены от журналистики как таковой. Требуют оценки и псевдорелигиозные информационные продукты. Работы, изучающие эти вопросы, представляет собой четвертое направление в русле заданной темы¹⁸.

Междисциплинарный характер диссертации обеспечивается трудами религиоведов об исламе¹⁹, рядом защищенных в последние годы диссертаций²⁰, а также методологическими разработками классиков культурологии и семиологии²¹.

¹⁴ Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы / Пер. с английского. М.: Наука, 1998. 224 с.; МакКуэйл Д. Журналистика и общество. Пер. с английского.- М.: МедиаМир; Факт журналистики МГУ, 2013. 368 с.

¹⁵ Власть, зеркало или служанка? Энциклопедия жизни современной российской журналистики. В 2-х Т. М.: Издание Союза журналистов России.

¹⁶ Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. - М., Престиж, 2006. 104 с.; Казаков Ю.В. На пути к профессионально правильному: Российский медиа-этос как территория поиска. М.: Центр прикладной этики, 2001. 656 с.

¹⁷ Шайхитдинова С.К. Нормативные концепции СМИ в ситуации конфликта // Кому принадлежит культура? Общественные науки и перспективы исследований социокультурных перемен. Ч.1 / Под ред. С.А. Ерофеева. Казань: Терра-консалтинг, 1999. С.227-241

¹⁸ Дзялошинский И.М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. М.: НИУ ВШЭ, 2012. 572 с.; Его же: Медиапространство России: Коммуникационные стратегии социальных институтов. Монография. М.: Издательство АПК и ППРО, 2013. 479с.; Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Изд-во Эксмо, 2006. 832 с.; Расторугев С.П. Философия информационной войны. М.: Московский психолого-социальный институт, 2003. 496 с.

¹⁹ Бухараев Р.Р. История российского мусульманства: беседы о Северном исламе. СПб.: Алетейя, 2015. 320 с.; его же: Ностальгия по Откровению. М.: Наталис, 2005. 367 с.; Ислам: Религия, общество, государство: Сб-к ст. Отв. Ред. П.А. Грязневич и С.М.Прозоров. М.: Наука. ГРВЛ. 1984. 232 с.; Насыров И.Р. Основания исламского мистицизма (генезис и эволюция). М.: «Аванти плюс», 2003. 428с.; Религии мира: опыт запредельного. Психотехника и трансперсональные

Научная новизна представленного труда заключается в применении комплексного метода анализа медиатекстов об исламе, который позволил объединить в общую картину специфичность данной темы, ее историческую эволюцию, различные функциональные направления, а также современные риски ухода от темы в манипулятивные тексты с экстремистским содержанием. Учтена типологическая специфичность медиатекстов о религии, которые, с одной стороны, ведут традицию от текстов трансцендентного общения, с другой, - включены в социальную коммуникацию наряду с другими темами. Показаны текстовые способы выражения этой специфичности в журналистском дискурсе. Впервые в источниковедческую базу научного дискурса об исламе наряду с русскоязычными введены татароязычные СМИ.

Цель исследования: рассмотреть типологические характеристики и функциональные особенности современных медиатекстов об исламе в журналистском дискурсе.

Для достижения цели поставлены следующие **задачи**:

- систематизировать по аналогии с христианскими письменными документами тексты трансцендентного общения в исламе в соотнесении с историческими условиями их порождения для определения их сопоставимости с медиатекстами на тему религии;
- на основе сравнения с понятием «журналистское произведение» обозначить типологические характеристики медиатекста, обуславливающие уход от трансценденции к медиации в теме религии;
- определить функциональные особенности современных медиатекстов об исламе в соотнесении с коммуникативными стратегиями и нормативными теориями прессы;
- выявить конвергенцию информационной и идеологической функций медиатекстов об исламе;
- охарактеризовать язык вражды, формирующий стереотипы об исламе, как дисфункцию медиатекстов;
- рассмотреть созидательный потенциал медиатекстов об исламе, воплощенный в функциях просвещения и этно-конфессионального диалога.

состояния. СПб.: Петербургское Востоковедение, 1998. 384 с. Хисматуллин А.А. Суфизм. СПб.: Издательский дом «Азбука-классика»; Петербургское Востоковедение, 2008. 192 с.

²⁰ Егимбаев К. К. Религиозный экстремизм в социокультурном пространстве современной Центральной Азии: концептуальный анализ: Автореф. дис ... к. филос. н.: 09.00.14. - Душанбе, 2015; Канатов Д.В. Феномен религиозного догматизма: Автореф. дис ... к. филос. н.: 09.00.14 – М., 2012; Солги Хусейн. Сущность религии в интерпретации современных западных и мусульманских философов: Автореф. дис. ... к. филос. н.: 09.00.14- Душанбе, 2014; Суворов М. А. Механизмы и агенты манипуляции религиозным сознанием в современном российском обществе: Автореф. дис. ... канд. филос. н.: 09.00.14.- Чита, 2015

²¹ См. труды Р.Барта, Ю.Лотмана

Объектом исследования выступают медиатексты об исламе в современном журналистском дискурсе.

Предмет исследования: типологические характеристики и функциональные особенности современных медиатекстов об исламе.

Теоретико-методологическая база исследования представлена трудами по теории медиатекста и теории журналистики; междисциплинарными исследованиями по религиоведению и культурологии. В эмпирическом исследовании используются методика дискурс-анализа, сферный подход, нормативные теории прессы, метод Case study («Кейс-стади»).

В ходе работы мы стремились избежать «социологизации» взгляда, ориентированного на количественные показатели и сравнительный анализ; не входило в задачи и выявление «лучших» произведений, «эффективных» СМИ по данной теме. В фокусе исследования находится не полнота представления тематического направления как такового, а имеющиеся типичные «образцы» раскрытия темы. Такой подход позволил включить в изучение самые разные медиатексты – от телевизионных видеосюжетов до комментариев Интернет-пользователей. Но это не «образцы» в буквальном смысле слова, а именно «кейсы», выступающие как определенный феномен, который изучается в их реально существующем контексте, когда границы между контекстом и феноменом не отчетливы²². Таковыми выступили русскоязычные и татароязычные медиатексты из СМИ Республики Татарстан. Особенности «кейса» в данном случае определяются тем, что в республике наряду с аудиторией, которая характерна и для других регионов России, представлена и аудитория мусульман. Исследования мусульманской журналистики в регионе, информационного поведения ее аудитории, а также аудитории региональных СМИ в целом, определили ряд источников²³, дополнивших характеристики данного «кейса».

²² Готлиб А. Введение в социологическое исследование: качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики. Самара: Самарский ун-т, 2002. С. 239.

²³ Постсоветская культурная трансформация: Медиа и этничность в Татарстане 1990-х г.г. / Под ред. С.А.Ерофеева и Л.Р.Низамовой. Казань. Изд-во Казан. ун-та, 2001. 292 с. Гарифуллин В.З. Место и роль мусульманских СМИ в информационном поле Татарстана // Журналист. Социальные коммуникации. 2013. №1. С. 120-125; его же. Роль мусульманских СМИ в обеспечении этноконфессиональной толерантности в Татарстане // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 21 (312). Вып. 80. С. 131–134; его же. Особенности функционирования религиозных программ на телеканале «Татарстан - Новый век» // Телевидение и общество: Материалы Всероссийской молодежной научно-практической конференции с международным участием. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2014. С.8-11; его же. Место интернет-ресурсов в системе мусульманских СМИ // Межкультурные коммуникации в современном мире: роль СМИ. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. С.38-41; Фаттахов И.Ф. Религиозная тематика в светских и мусульманских СМИ Татарстана // Современное коммуникативное пространство журналистской науки, практики и образования. Сб. научн. ст. Казань: Казан. ун-т, 2011. Вып. 4. С. 185-192

Анализ медиатекстов производился методом дискурс-анализа²⁴ в соотнесении с нормативными теориями прессы: авторитарной, советской, либертарианской теорий, теориями социального участия, национального развития, социальной ответственности²⁵, которые в той или иной мере нормативно моделируют медиапроцесс в российских регионах²⁶. Представленные теории обнаруживают себя в медиатекстах через концепцию материала, особенности субъекта высказывания, через реконструируемую по текстовым элементам адресную аудиторию, через характер основных и второстепенных персонажей. Их системная соотнесенность определяется ценностной иерархией, которая лежит в основе своеобразия каждой из теорий прессы, в рамках которой выполнен текст, а также в ценностно-духовной сфере, к которой относится тема религии.

Теоретическая и практическая значимость диссертации. В рамках журналистского дискурса разработаны и апробированы основания интерпретации медиатекстов на тему религии, объединяющие уровень конкретных публикаций, уровень медиапотока, уровень социоисторических реалий и уровень смыслов трансцендентного общения в культуре. Материалы диссертации могут быть использованы в практическом формировании информационной политики, а также в преподавании общих и специальных дисциплин в вузовской подготовке журналистов.

Положения, выносимые на защиту:

1. Тема религии не может быть приравнена к другим темам в СМИ в силу ее соотнесенности с духовной жизнью человека и общества. Исторически сложившиеся типы письменных текстов трансцендентного общения в исламе формируют ценностно-духовную сферу как сферу культуры, из которой черпают сюжеты и нормативные положения современные медиатексты об исламе с созидательным потенциалом.

2. Типология жанровых форм трансцендентного общения в большей степени проявляет себя в текстах, выполненных в виде классического произведения, которое и имманентно, и репрезентативно. Типология медиатекстов о религии, утративших автономность, выстраивается в зависимости от внешне организованного медиапроцесса. Типоформирующими факторами в журналистском дискурсе выступают нормативные теории прессы.

3. Медиатексты об исламе в российских СМИ по содержанию и способам подачи структурируются в основном теорией социального участия,

²⁴ Чепкина Э.В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995-2000): Монография.

²⁵ Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы; МакКуэйл Д. Журналистика и общество.

²⁶ Кому принадлежит культура? Общественные науки и перспективы исследований социокультурных перемен Ч.1 / Под ред. С.А. Ерофеева. Казань: Терра-консалтинг, 1999. 264 с.

которая поощряет отдаление от традиции, профанизацию сакральных смыслов религии. Интертекстуальность, полимодальность таких медиатекстов является основанием конвергенции информационной и идеологической функций. Их типологические особенности начинают определяться по типу средства коммуникации, по типу идеологии.

4. В медиатекстах о псевдоисламе обнаруживаются риски коммуникативных гибридов эволюционизировавших теорий прессы, которые поощряет отрыв темы религии от ценности этно-культурной идентичности. Отсутствие у человека целостности мировосприятия ведет к подмене веры человеконенавистнической идеологией псевдоислама. Данная идеология является сегодня одной из главных причин распространения языка вражды и негативных стереотипов по теме ислама в СМИ и в сетях Интернет.

5. Российская мусульманская журналистика воплощает собой теорию национального развития. Публикации на тематических страницах для верующих в татароязычной прессе несут в себе типологические особенности агиографических произведений. Нормативно-поучительные наставления в виде диалогов и монологов духовных лиц интертекстуальны. За счет этого формата происходит расширение целевой аудитории национальных СМИ на телевидении и в онлайн-версиях газет.

6. В освещении темы религии особую роль играет личность автора, его духовно-нравственная зрелость, способность сопереживать «Другому». Наряду с теорией национального развития теория социальной ответственности прессы способствует формированию медиатекстов с функциями просвещения и этно-конфессионального диалога.

Эмпирической базой исследования послужили:

- материалы СМИ об исламе базы данных «Интегрум» за 2012-2013 годы; публикации Интернет-газеты «Бизнес-Онлайн» об исламе под рубрикой «Общество» за 2015-2016 годы; публикации татароязычной газеты «Шәһри Казан» на тематической странице «Иманлы суз» («Слово веры») за 2010-2016 годы, публикации онлайн-версии газеты «Шәһри Казан» под рубрикой «Дин» («Религия») за 2016 год; татароязычные видеосюжеты ГТРК «Татарстан» под рубрикой «Рухи хазинэ» («Духовное наследие») за 2016 год; блоги мусульманских религиозных деятелей в рунете, комментарии пользователей к публикациям об исламе; полемические эссе на тему ислама корреспондента Би-Би-Си публициста Равиля Бухараева («Исламские уроки Достоевского», «Татарстан: исламские традиции демократии» из его книги «Ностальгия по Откровению», 2005).

Апробация научных результатов и степень достоверности.

Степень достоверности обеспечивается достаточным объемом исследованного материала, использованием соответствующего предмету комплексного подхода к исследованию и релевантных методов анализа.

Апробация научных результатов произведена в 11 публикациях, три из которых опубликованы в изданиях, рецензируемых ВАК.

Содержание концепции, положенной в основу диссертации, а также различные ее аспекты были представлены в тезисах и докладах на конференциях различного уровня: на международных конференциях «Гуманизм и современность» (Казань, КФУ, 8-9 ноября 2013), «Религиозные нормы и религиозные практики: универсальное и локальное в контексте глобализации» (Казань, КФУ, 18-20 декабря 2014), «Информационное поле современной России: практики и эффекты» (Казань, КФУ, 16-18 октября, 2014, 15-17 октября 2015), «Журналистика 2015» (МГУ, Москва, 5-6 февраля 2016); на всероссийских конференциях с международным участием: «Журналистский текст в новой технологической среде» (17-20 апреля 2015, ЧелГУ, Челябинск), «Медиасреда: поле битвы или стихия взаимопонимания?» в рамках Дней философии в Санкт-Петербурге (СПбГУ, 30 декабря 2015); на межвузовских конференциях и круглых столах.

Структура работы. Диссертация состоит из Введения, двух глав, шести параграфов, Заключения, Библиографического списка источников и литературы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность исследования, степень разработанности темы, ее новизна, определяются цель, задачи, формулируются положения, выносимые на защиту.

В **первой главе «Типология текстов об исламе: от трансценденции – к медиации»** выстраивается методология исследования, раскрываются базовые понятия и концепты.

Речевые ситуации, которые наделяют определенными типологическими признаками медиатексты, принято связывать с особенностями канала коммуникации и сферой коммуникативной деятельности. Медиатекст рассматривается при этом как объединяющее, родовое понятие по отношению к журналистскому тексту, его характеристики определены как интегративность (поликодовость), мультимодальность, открытость, интертекстуальность, что делает медиатекст частью глобального мира, который творят прежде всего СМИ. Это дает основание авторам коллективного труда «Современный медиатекст» (2014) выстраивать типологию медиатекстов в соответствии с типами СМИ, типами сфер медиатедеятельности и медиатопикой.

Очевидно, что если данный подход, вполне плодотворный для других тематических направлений, использовать для типологизации медиатекстов по теме религии, будет упущена ее специфичность. Тема религии растворится в других темах – политики, культуры, - а важнейший сегмент читателей, зрителей,

представленный верующими, растворится в массовой аудитории. Таким образом, с нашей точки зрения, будут упущены важные моменты в понимании того, как работает «механизм влияния» на таком особом тематическом направлении, как религия. Медiateксты о религии, конкретно - об исламе, с нашей точки зрения, не могут быть исчерпывающе описаны параметрами массовой коммуникации. Их суть закладывается в ценностно-духовной сфере, которая формируется прежде всего текстами трансцендентного общения. Данное положение определило логику построения Первой главы.

В основу **первого параграфа** «Типология текстов трансцендентного общения в исламе» положен подход профессора по журналистике В.В.Ученовой, которая рассматривает тексты массовой коммуникации в ряду синтетических текстов, вобравших в себя признаки словестного творчества, характерного для других исторически складывавшихся видов деятельности. Среди таких видов – религиозная деятельность, породившая тексты трансцендентного общения. Ученова выделяет такие их типы в христианской традиции как теологические трактаты, мистические откровения и агиографические сочинения.

Отталкиваясь от данной типологии, мы обратились к трудам исламоведов. Самостоятельных исследований по религиозным текстам в исламе нам не встретилось. Был произведен анализ историографической и теологической литературы. На их основании выявлено, что *теологические трактаты* в исламе, так же, как и в христианстве, испытывали на себе влияние реальных событий, вызванных борьбой за утверждение единой веры. Особенностью научного знания в исламе явилось то, что оно развивалось во всех своих проявлениях как теологическое. Важную роль в повышении роли знания в исламе сыграли суфийские мыслители.

Тексты мистических откровений в исламе, так же, как и в христианстве, тяготеют к художественному стилю, к насыщенности метафоричным языком, образами и символами. В христианском мистицизме откровения несли печать озарений отдельных авторов. В исламе мистическое откровение и сегодня достигается посредством религиозно-духовных практик, в которые канонический текст включен как обязательный элемент. Примером может послужить цитирование сур Корана и повторение их определенное количество раз. Какие именно суры и каким должно быть количество повторений, определяет мистик, которому это открылось в откровении. Порождаемый им текст называется хатм.

К третьему типу трансцендентных текстов в исламе по аналогии с христианской словесной традицией мы относим *агиографическую литературу*. Однако в связи с тем, что ислам предстает для верующих религией, созданной последним пророком на земле (Мухаммад – «печать пророков»), мусульманская агиография представлена не житиями святых пророков-мучеников, а притчами, легендами о выдающихся суфиях, наставлениями последователей Пророка. Из уст

в уста в мусульманской общине передавались толкования к тому или иному кораническому сюжету – тасфиры, которые со временем фиксировались обычным, всем понятным языком, вне какой бы то ни было рифмованной прозы. Наряду с тасфирами передаются и предания о ситуативных высказываниях Пророка – хадисы. Мусульманская община выделяет их в качестве второго по значимости после Корана источника знаний.

Самостоятельным типом религиозных текстов в исламе предстают *документы нормативно-поучительной направленности* – тарикаты, воспринимаемые как строгое наставление для последователей. Их значимость в истории ислама велика в связи с отсутствием в нем единого юридического центра управления (как это есть в католицизме и православии). По своему характеру, по своему стилю эти тексты в большей степени отдалены от вертикали трансцендентного общения и в большей степени приближены к горизонтали повседневного общения мусульман. И все же мы упоминаем их как одно из порождений эволюции ислама, утверждавшееся в том числе через ритуализацию действия, через хатм, через догматизированное следование традиции. Всему этому в целом придается подчас мистифицированное значение приближения к Богу. Сама же функция подобного рода религиозных текстов заключается в удержании склонного к символической метафоризации сознания верующего в поле повседневной жизни, в поле здравого смысла, в утверждении «богоугодного порядка» в мусульманской Умме.

По нашей версии, чем больше выражено такое свойство текста, как медиативность, тем меньше его зависимость от традиционных текстологических типов. Данный тезис аргументируется во **втором параграфе** Первой главы **«Эволюция коммуникативной матрицы: от произведения – к медиатексту»**.

«Медиатекст» – это относительно новый концепт в теории журналистики. Исследователи связывают его появление с новыми медиа, которые подчас вступают в противоречие с привычками, принятыми в общении предшествующего времени. В этой связи теоретики говорят о «классическом» и «неклассическом» способах коммуникации. Вместе с технологической и социальной эволюцией этих способов в академической теории произошла трансформация понятия «журналистское произведение» в концепт «медиатекст». Обратившись к отечественной литературе по журналистике, мы проследили, как постепенно одни особенности информационного продукта теряли свою актуальность, а другие наоборот становились значимыми.

Произведение является текстом, который обладает свойствами автономности, композиционной замкнутости, оно структурировано по определенным канонам. Медиатекст может не обладать такими характеристиками. Его основная функция – это налаживание горизонтальной коммуникации с неопределенным кругом лиц. Он ориентирован на особенности участников этой коммуникации, а также – на

контекст, который может стать источником новых смыслов. В этой связи такие характеристики, как жанр, композиционная целостность и т.п. не являются для данного феномена значимыми. Поэтому при анализе медиатекстов об исламе нами будут рассматриваться прежде всего их выразительные ресурсы (предмет, концепция-смысл, персонажи, стиль) и функциональная направленность.

Очевидно, что переход от «произведения» к «медиатексту» не является линейным процессом. По отношению к теме религии необходимо говорить о ценностно-духовной сфере в культуре, из которой черпаются сюжеты художественных произведений и медиатекстов. Один из таких сюжетов, который приведен нами в данном параграфе в качестве примера, – святость и падение праведника. Повесть Льва Толстого «Отец Сергей», в которой средствами художественного произведения был раскрыт этот сюжет, ряд представителей церковной среды оценило как «антижите». Оспаривая эту позицию, Владислав Водько проводит параллель между повестью и житием Макария Римлянина, который так же, как герой Толстого, перед перспективой сытой спокойной жизни, сбежал в уединение, где также подвергся искушению. Повесть, по мысли данного автора, перекликается с византийской агиографией: православное христианство не признает предопределения, – заранее неизвестно, кто спасется, а кто – нет²⁷.

В татароязычной прессе существует устойчивая группа медиатекстов об исламе, которые в виде небольших притч излагают сюжеты агиографической литературы. Несколько лет они регулярно публикуются под рубрикой «Иманлы сүз» («Слово веры») в газете «Шәһри Казан». На тематической странице под этой рубрикой нам встретилась притча о праведнике, который в духе нормозадающей исламской традиции не поддавался искушению. Чтобы его преодолеть, молодой мулла, который впустил на ночлег юную дочь падишаха, обжигает свои пальцы огнем. Его ждет награда: узнав о случившемся, проникнувшись силой духа праведника, падишах выдает принцессу за него замуж²⁸. И хотя притча выстроена как произведение – с завязкой, кульминацией, развязкой повествования, перед нами – медиатекст, рассчитанный на массового потребителя.

Таким образом, медиатекст проявляет себя как фрагмент медиадискурса и полностью определяется им. В этом смысле медиатекст не автономен, хотя может быть представлен в формате журналистского произведения. В этом случае закономерности его построения необходимо определять через особенности выражаемой риторической модальности, которая как «кащеева смерть» находится не в теле произведения, а в медиадискурсе в целом.

²⁷ Водько В. Византийские корни повести Л.Н.Толстого «Отец Сергей» // URL: <https://byzantina.wordpress.com/2015/02/04/vodko/> (дата обращения: 21.12.2015)

²⁸ Испытание Огнем // Шәһри Казан. 2010. 11 марта. С. 7

Задача **третьего параграфа** «Медiateксты об исламе как воплощение коммуникативных стратегий в журналистском дискурсе» определяется необходимостью найти системные (дискурсивные) соответствия между разнообразием медiateкстов об исламе и их контекстом в рамках предметного поля, определяемого журналистикой. В большом ряду теоретико-практических моделей медиапроцесса нами выбраны нормативные теории прессы в связи с тем, что их количество (шесть теорий), комбинируемость, а также возможность привязки к доминирующим в обществе ценностным иерархиям и ожиданиям аудитории, позволяет уловить сложную динамику медиапроцесса и отдельных его направлений. Эти теории, с нашей точки зрения, обнаруживают себя в медiateкстах через концепцию материала, особенности субъекта высказывания, через реконструируемую по текстовым элементам адресную аудиторию, через характер основных и второстепенных персонажей.

Для каждой из нормативных теорий характерен свой набор коммуникативных стратегий. В параграфе с опорой на профессора журналистики И.М. Дзялошинского представлена их палитра от безопасных до высокоопасных. Их сочетаемость, обеспечивая функциональное разнообразие современных медiateкстов, выступает для них «общим знаменателем». А привязка к определенной теории прессы или к их комбинации позволяет нам выявить условия текстопорождения, понять, какие «механизмы влияния» заложены в том или ином тексте.

Помимо теорий прессы то, как подается и воспринимается тема религии в СМИ определяется рядом других факторов: 1) степенью секуляризации данного социума; 2) отношениями религии и государства; 3) авторитетностью религии среди «простых людей». В параграфе рассмотрено, как взаимодействие данных факторов определяет особенности подачи темы религии в СМИ в рамках авторитарной, советской, либертарианской теорий прессы, в рамках теории социального участия, национального развития и социальной ответственности журналиста.

С нашей точки зрения, сегодня становятся актуальными «коммуникативные гибриды» (Дзялошинский), которые возникли из-за сращивания 1) авторитарной нормативной теории прессы и теории социального участия. По отношению к теме ислама речь идет о проникновении в Интернет «большой политики» в виде манипулятивных стратегий продвижения геополитических интересов через воздействие на различные социальные группы, в т.ч. на верующих. В медiateкстах этой направленности можно обнаружить весь спектр коммуникативных стратегий; 2) либертарианской теории прессы (концепции свободы слова), теории социального участия и советской теории прессы, утверждающей высокую роль пропаганды и агитации во взаимодействии с аудиторией. По отношению к теме ислама этот коммуникативный гибрид дает о себе знать в виде феноменов

экстремистского толка. В качестве примера исследована ситуация вокруг французского еженедельника «Шарли Эбдо», скандально известного карикатурами на тему ислама, которые в январе 2015 года привели к теракту.

Во второй главе **«Медиатексты об исламе в контексте нормативных теорий прессы: функциональные особенности»** производится анализ текстов. В **первом параграфе «Конвергенция информационной и идеологической функций медиатекстов об исламе»** показано проявление в медиатекстах об исламе таких теорий прессы, как теория социального участия (демократизация коммуникационного процесса, преобладание горизонтальных коммуникаций) и авторитарная теория, отражающая степень политизации той или иной темы. Были проанализированы 18 газетных публикаций представляющих зарубежные и российские источники информации разной направленности. Публикации вошли в случайную выборку из базы данных «Интегрум»²⁹ за период с января 2012 по февраль 2013.

В группе информационных жанров анализировался информационный повод в заметках. Отмечено, что хотя события в них описаны в нейтральном ключе, по их характеру можно понять, что тема ислама находится в актуальном ряду. Она попадает в фокус внимания и верующих, которые «хотят найти чистый ислам», и государственных учреждений (Республиканское агентство по печати и массовым коммуникациям), и журналистов, и общественных организаций (Всемирная ассамблея молодежи). То есть медиатексты, будучи открыты медиапроцессу, являясь частью его, уже не воспринимаются автономно от идеологических смыслов, которыми заполнен этот медиапроцесс. В большей степени это проявилось в развернутых интервью и аналитических жанрах. Перечислим концептуальные идеи некоторых из них.

Публикация *«Р.Хайдаров: Взаимодействие религии и государства в Таджикистане - проблемы и перспективы»*. Автор отмечает, что значительно возрос интерес населения, особенно молодежи, к исламу. Проблема, по его мнению, кроется в отсутствии квалифицированного светского образования. Высказан прогноз о том, что роль ислама в качестве важного политического инструмента в центрально-азиатском регионе будет возрастать, что может спровоцировать конфронтацию между светскими радикалами и религиозными группировками.

Подобная точка зрения выражена в публикации *«Ариф Юнус: В перспективе Азербайджану не избежать исламской революции»*. Исламская революция, когда шариат, правовой документ мусульман, становится одним из главных законов страны, возможна из-за неправильной политики властей, - считает директор департамента конфликтологии Института мира и демократии (Баку): «Я изучил очень много судебных процессов относительно верующих. Наши власти, особенно

²⁹ Интегрум // URL: <http://www.integrum.ru/> (дата обращения: 25.12.2012 - 10.04.2013)

в провинциях Азербайджана, зачастую арестовывают не тех, кто являются радикалами, а рядовых верующих, которых потом представляют общественности как "радикалов" и "террористов"». Такие действия, по мнению интервьюируемого, могут привести к тому, что даже далекие от политики люди начинают занимать радикальную позицию.

О росте антиисламских настроений в Европе рассказывает статья во французской газете Le Monde «*Почему разрастается исламофобия?*». О том, что конфликты между иммигрантами и местным населением являются причиной исламофобии, говорится и в публикации «*Ф.Плещунов: Ислам в современной Испании. Мечта о возрождении Аль-Андалуса*». В публикации «*Американский имам Яхья Хенди: "Исламское государство может быть атеистическим"*» имам проясняет причину идеологизации ислама в наши дни: усилились экстремистские течения, которые выступают от имени ислама, и поэтому верующие вынуждены им противостоять.

Анализ этих и других газетных публикаций того периода свидетельствует о высокой идеологизации темы ислама, хотя в это время широкой российской общественностью еще не была освоена информация о запрещенной в нашей стране террористической организации ИГИЛ. Идеологическое содержание присутствует в медиатекстах об исламе в характере информационных поводов и описываемых событий, в позициях экспертов, представленных религиозными, государственными, общественными деятелями, в осуществляемых ими прогнозах. На этом основании можно говорить об устойчивой тенденции в мировом медиапространстве: «информирование» уже не может выступать в качестве самостоятельной функции на данном тематическом направлении, оно встроено в разного рода идеологические позиции.

Ценности теории социальной ответственности прессы проявлялись в этих условиях в стремлении предъявить позиции экспертов, а также в тех медиатекстах, где журналисты, интерпретируя факты и позиции, сами становились лидерами мнений. Для примера приведен материал «*М.Марсонет: Выбор между диктатурой и исламом. Претензии на экспорт демократии представляют собой тяжелейшую ошибку*» («Il Legno Storto»). В поле зрения итальянского журналиста Мигеле Марсонета – сложная проблема отношения к Сирии и к ее руководству.

В 2014-2015 годах в российской медиасфере, как показывает наблюдение, идеологизация темы ислама резко возросла, что очевидным образом связано со вступлением России в международную борьбу с запрещенной в нашей стране террористической организации ИГИЛ. Выросли исламофобские настроения, которые проявили себя в публичной сфере через негативные стереотипы о мусульманах. К этому выводу привел анализ популярной в Республике Татарстан Интернет-газеты «Бизнес-Онлайн»³⁰. Под выступлениями религиозных деятелей,

³⁰ Бизнес-Онлайн // URL: <http://www.business-gazeta.ru/> (дата обращения: 15.01 – 25.04. 2016)

пытающихся раскрыть культурный потенциал ислама, всегда найдутся исламофобские комментарии пользователей, что может кардинально изменить смысл медиатекста, частью которого эти комментарии становятся.

Профессиональное сознание журналистов, пишущих на тему религии, сегодня работает в соответствии с такой нормативной теорией прессы как теория социального участия. Роль журналиста ограничивается трансляцией установок и стереотипов обыденного сознания, он сам является их носителем. Вывод сделан на основе анализа случая («кейса») освещения новости о «няне-убийце», потрясшей общественность в марте 2016 года. Факт криминальной хроники оброс подробностями в Интернет-СМИ, сообщавших о том, что женщина в момент задержания была одета по-восточному, что она уроженка Узбекистана, что она выкрикивала «Аллах вас покарает». Все это дало повод для эмоциональных комментариев Интернет-пользователей, содержащих подчас прямую речевую агрессию против ислама. Таким образом была отодвинута на задний план информация о том, что подследственная наблюдалась у психиатра.

Важные для нравственного здоровья нации темы не должны служить рейтингам информационного источника, их необходимо сделать прерогативой качественной журналистики, - такой вывод проблематизирует вопрос о том, как этого добиваться. В России данную ситуацию государство пытается регулировать административными и правовыми методами, а также поощрением качественных медиатекстов по вопросам этноконфессиональных отношений через организацию профессиональных конкурсов. Приведены примеры мероприятий, эффективность которых, по нашему мнению, дискуссионна в связи с тем, что они осуществляются в рамках авторитарной теории прессы. Очевидно, что сами журналисты должны принять на себя определенные правила освещения тех или иных тем.

Во **втором параграфе** «Язык вражды как дисфункция медиатекстов об исламе» рассматриваются коммуникативные стратегии и риски, которые несут в себе медиатексты о псевдоисламе. Такого рода тексты, которые в реальности представляют не тему религии, а ее суррогат, трудно соотносить с нормативными теориями прессы. Теории прессы формировались с верой в человека, тогда как медиатексты о псевдоисламе представляют человеконенавистническую идеологию. В то же время эти тексты нельзя игнорировать, потому что они спекулируют на реальных потребностях людей. Поэтому их можно рассмотреть как выражение дисфункции таких теорий, как теория социального участия и теория свободы слова (либертарианская нормативная теория прессы), когда на передний план выдвигаются не содержательные, а технологические характеристики медиатекста, благодаря которым он вбрасывается в «топовую» десятку тем. Террористическим организациям экстремистского толка это и надо для распространения языка вражды на широкую аудиторию.

В параграфе рассмотрены сайты, обнаруженные в социальной сети «ВКонтакте» посредством набора в поисковой строке слова «ислам». В их дизайне, текстах и иллюстративном материале выявлены такие технологии воздействия на аудиторию, как оскорбление, провокация, черная риторика, что выводит их из правового поля, но оставляет открытыми для обращения к ним рядовых пользователей. Сделан вывод, что медиатексты такого рода не имеют отношения к теме религии. Они отражают групповое, даже сектантское мышление, для которого характерны конформизм участников, внушаемость, уход от индивидуальной ответственности, а также групповая поляризация, когда изначальные установки, - как положительные, так и отрицательные, - став установками группы, усиливаются.

В качестве примера дискриминирующего верующих медиатекста, который в сентябре 2012 года вышел за пределы всемирной паутины и, вызвав реальные столкновения граждан, оказался на первых полосах газет во многих странах, рассмотрен фильм «Невинность мусульман». Усилил напряжение отказ Youtube удалить видео под предлогом свободы информации.

Новым витком в эскалации языка вражды стала деятельность запрещенной в России террористической организации ИГИЛ, создавшей профессиональную пропагандистскую сеть. Основной целью пропаганды, которая ведется на разных языках в сети Интернет, как это и характерно для террора, является устрашение и вербовка новых членов организации. Как это осуществляется, проиллюстрировано подробным анализом выразительных характеристик фильма «Звон Сабель». Этот медиатекст до запрещения Роскомнадзором в июне 2015 года был доступен в социальной сети «ВКонтакте». Сделан вывод, что сегодня как никогда актуален вопрос о том, что презентация темы религии в медиaprостранстве не может быть отдана на откуп политике и медиабизнесу.

Положительный опыт освещения темы ислама в соответствии с теорией социальной ответственности журналиста и теорией национального развития прессы раскрыт в **третьем параграфе «Функции просвещения и этно-конфессионального диалога медиатекстов об исламе».**

В истории российской печати есть периоды, когда можно было говорить о просветительской функции медиатекстов об исламе. Об этом свидетельствуют опубликованные в газетах XIX века путевые заметки, очерки о мусульманских городах, которые посетили паломники и русские путешественники³¹. Эти публикации, будучи насыщены краеведческими описаниями нездешних мест, географическими подробностями, историческими фактами, демонстрируют тактичность личностного самовыражения авторов. Нами сделан вывод о том, что в медиатекстах такого рода именно авторское «я» журналиста становится тем

³¹ См.: Исламские города в русской периодической печати XIX – начала XX века / сост. Назим Межид-ад-Дейрави; науч. консультант Г.З.Пумпян. М.: ООО «Садра», 2015. 304 с.

структурным элементом, который удерживает текст в пространстве социально-ответственной прессы.

Сегодня это сделалось сложной задачей: медиатекст, как было показано в Первой главе, открыт контексту, зависит от него. Однако существует возможность оказаться выше медиапроцесса, подверженного влиянию негативных стереотипов. Такая возможность открывается через личность публициста, через его позицию. В этом случае медиатекст становится автономным публицистическим произведением, которое в некотором роде оказывается вне времени.

В качестве примера приведено полемические эссе Рафиля Бухараева «Исламские уроки Достоевского»³². Оно написано по случаю дискуссии «Если бы я был Бен Ладеном», организованной газетой «Известия» к первой годовщине теракта 11 сентября в США. Такого рода медиатексты об исламе можно назвать просветительскими, их значение выходит далеко за рамки сугубо журналистских задач. Современные примеры подобного плана почерпнуты из базы данных «Интегрум»³³.

Позитивный образ ислама рассматривается нами как часть продуманной информационной политики. Способы формирования такого образа раскрыты на примере ряда сайтов в социальных сетях, а также на примере передачи телеканала «Россия 1» «Мусульмане»³⁴. (С приходом нового продюсера проект прекратил существование³⁵).

Другое направление, требующее особого внимания - региональная пресса в мусульманской республике. В качестве отдельного «кейса» выступают татароязычные СМИ. Непохожесть опыта национальных СМИ в сравнении со СМИ русскоязычными может быть выражена в том, что первые воплощают такую нормативную теорию прессы, как теория национального развития. В российских условиях это означает, что ценностные приоритеты определяются прежде всего интересами этноса, интересами культурной идентичности, частью которой для татарского народа является ислам. В 2005 году национальная татароязычная печать отметила свое столетие. Вслед за профессором В.З.Гарифуллиным, посвятившим ряд работ мусульманской журналистике, мы рассматриваем этот феномен в качестве позитивного направления в презентации темы ислама.

Обращение к татароязычным медиатекстам предполагает необходимость разделить те из них, которые нацелены на верующих, и те, что ориентированы на

³² Бухараев Р. Исламские уроки Достоевского // Ностальгия по Откровению / Р. Бухараев. М.: Наталис, 2005. С.251-264.

³³ Интегрум // URL: <http://www.integrum.ru/> (дата обращения: 25.12.2012 - 10.04.2013).

³⁴ Мусульмане: Культурно-просветительский журнал. Телеканал Россия 1 // URL: http://russia.tv/brand/show/brand_id/3959 (дата обращения: 5.03.2013).

³⁵ Как «мусульмане» ушли с российского телевидения // Кавполит. URL: http://kavpolit.com/articles/malenkij_vklad_v_izmenenie_otnoshenija_k_musulmana-23029/ (дата обращения: 25.04.2016).

более широкую аудиторию. Различие в подаче темы в том и в другом случае можно проследить на примере бумажной и Интернет-версий выпусков городской газеты «Шәһри Казан» («Город Казань»). В бумажном варианте издания есть еженедельная страница «Иманлы сүз» (Слово веры), на которой часто публикуются религиозные притчи. В 2014 году в бумажной версии газеты опубликована серия рассказов по мотивам книги хазрата Джалиля Фазлыева «Нравоучения Локмана Хакима». Главным героем небольших притч является Локман Хахим, который попадает в разные ситуации³⁶. В Интернет-версии газеты «Шәһри-Казан» публикации об исламе помещены под рубрикой «Дин» («Религия»). Они в большей степени приближены к журналистике: это интервью с хазратами, заметки о мусульманских праздниках, перемежающиеся с заметками о культурной жизни города и республики в целом. Несмотря на социальные различия в адресатах, и в той, и в другой версии издания прослеживается направленность на конфессиональный мир, неприятие любых форм экстремизма.

Татароязычное телевидение также придерживается концепции национального развития прессы. Нами произведен анализ рубрики «Руһи хәзинә» («Духовное наследие») на ГТРК «Татарстан». Десяти-пятнадцатиминутные сюжеты о представителях разных поколений, застигнутых телекамерой в их повседневной жизни или в дни праздников, достаточно полно и ярко раскрывают тему этно-конфессиональной идентичности татар³⁷, их религиозных обычаев³⁸. Зарисовочные сюжеты дополняют телевизионные репортажи со столичных мероприятий³⁹ и из «глубинки»⁴⁰.

В Заключении подведены итоги исследования.

1. Установлено, что сакральные смыслы текстов трансцендентного общения формируют ценностно-духовную сферу, в отрыве от которой не должны формироваться современные медиатексты об исламе. В этом заключается специфичность темы религии, которую необходимо учитывать СМИ.

2. Обнаружено, что уход от трансценденции к медиации в теме религии обусловлен переходом от классических канонов коммуникации к неклассическим, когда медиатекст теряет автономность произведения и становится обезличенным фрагментом медиаконтекста, который его структурирует.

3. Выявлено, что тема религии, будучи оторвана от теологической традиции, вовлекается в «коммуникативные гибриды», становится открытой для

³⁶ Рассказы о Локмане Хакиме // Шәһри Казан. 2014. 3 сент. С.9.

³⁷ Руһи хәзинә. Служба национального вещания ГТРК Татарстан // URL: <http://trt-tv.ru/sluzhba-nacionalnogo-veshhaniya/ruxi-x%D3%99zin%D3%99/> (дата обращения: 15.04.2016).

³⁸ Руһи хәзинә. // URL: <http://trt-tv.ru/sluzhba-nacionalnogo-veshhaniya/ruxi-x%D3%99zin%D3%99/> (дата обращения: 15.04.2016).

³⁹ Руһи хәзинә. // URL: <http://trt-tv.ru/sluzhba-nacionalnogo-veshhaniya/ruxi-x%D3%99zin%D3%99/> (дата обращения: 15.04.2016).

⁴⁰ Руһи хәзинә. // URL: <http://trt-tv.ru/sluzhba-nacionalnogo-veshhaniya/ruxi-x%D3%99zin%D3%99/> (дата обращения: 15.04.2016).

идеологического включения посторонних модальностей. В текстах о псевдоисламе идеология человеконенавистничества представлена в виде языка вражды.

4. Определено, что противостояние использованию темы ислама в борьбе политических интересов возможно в рамках двух нормативных теорий прессы - национального развития и социальной ответственности.

5. Раскрыто созидательное начало теории национального развития прессы, которое заключается в возврате к истокам, в сохранении в современных медиатекстах типологических особенностей произведений с сакральными смыслами, в расположенности к этноконфессиональному диалогу. Положительный опыт реализован в татароязычных СМИ такой мусульманской республики, как Республика Татарстан.

6. Отмечено, что теория социальной ответственности прессы реализуется прежде всего через авторскую позицию журналиста, который не зависит от массовых и профессиональных стереотипов об исламе и способен поднять медиатекст до уровня публицистического произведения с просветительской функцией.

Основные идеи диссертации отражены в публикациях автора.

Публикации в периодических изданиях, рекомендуемых ВАК

Министерства образования и науки РФ:

1. Шайхитдинов Т.В. Эволюция коммуникативной матрицы: от произведения к медиатексту // Вестник ЧелГУ. Филология искусствоведение. 2015. №5. С.279-285 (0,6 п.л.).
2. Шайхитдинов Т.В. Тема религии в контексте нормативных теорий прессы // Ученые записки Казанского университета. Изд-во Казанского ун-та, 2015. Т.157. Кн. 4. С.127-135 (0,8 п.л.).
3. Шайхитдинов Т.В. Сфера риска в освещении темы религии // Вестник экономики, права и социологии. 2016. №1. С.314-316 (0,4 п.л.).

Другие публикации:

4. Шайхитдинов Т.В. Гражданские коммуникации в Интернете // Итоговая научно-образоват. конф. студ. Казанского ун-та. Сб-к статей [в 5 т.]. Т.1 Казань: Казанский ун-т, 2012. С.154-156 (0,4 п.л.).
5. Шайхитдинов Т.В. Технологии коммуникационного воздействия в медиатекстах // Итоговая научно-образоват. конф. студ. Казанского ун-та: Сб-к тезисов. Т.1. Казань: Казанский ун-т, 2013. С.211-212 (0,1 п.л.).
6. Шайхитдинов Т.В. Идеологическое проявление религии в публичном дискурсе (на примере ислама) // Итоговая науч.-образоват. конф. студ. Казанского ун-та. Сб-к статей. Казань: Казанский ун-т, 2013. С.188-190 (0,2 п.л.).

7. Шайхитдинов Т.В. (в соавторстве с Тумановым Д.В.) Язык вражды в медиатекстах об исламе // Сб-к науч. статей Казанского Федерального университета 2013 года. Казань: Казанский ун-т, 2013. С.45-47 (0,2 п.л.).
8. Шайхитдинов Т.В. Религия в публичном дискурсе: культурная и идеологическая репрезентация (на примере ислама) // Гуманизм и современность: М-лы международной науч.-образоват. конф. Казань, 2013. С. 423-429 (0, 4 п.л.).
9. Шайхитдинов Т.В. Коммуникативные стратегии в публичном дискурсе // Информационное поле современной России: практики и эффекты: М-лы междунар. науч.-практич. конф. Казань, 2014. С 368-371 (0,3 п.л.).
10. Шайхитдинов Т.В. Псевдорелигиозная пропаганда: запугать и привлечь // Информационное поле современной России: практики и эффекты: Сб. м-лов Двенадцатой междунар. науч.-практич. конф. Казань: Казан. ун-т, 2015. С. 360-364 (0,4 п.л.).
11. Шайхитдинов Т.В. Типология текстов трансцендентного общения в исламе / Гуманизация информационного пространства в контексте диалога культур. М-лы Междунар. науч.-практич. конф. [Электронный ресурс] / под ред. В.З. Гарифуллина; сост. Р.Л. Зайни. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016. С.230-239 (0,5 п.л.).