

УДК: 002.704.49

DOI 10.33514/1694-7851-2020-4-162-169

Арзыматова Айнура Атыгаевна, Атыканова Джамиля Аскарбековна

доктор исторических наук,
профессор КНУ им.Ж.Баласагына
Бишкек, Кыргызстан
КНУ им.Ж.Баласагына
Бишкек, Кыргызстан

Арзыматова Айнура Атыгаевна, Атыканова Жамиля Аскарбековна

тарых илимдеринин доктору,
Ж.Баласагын атындагы КУУнун профессору
Бишкек, Кыргызстан
Ж.Баласагын атындагы КУУ
Бишкек, Кыргызстан

Arzymatova Ainura Atygaevna, Atykanova Jamilya Askarbekovna

Doctor of Historical Sciences,
Professor of the KNU named after J. Balasagyn
Bishkek, Kyrgyzstan
KNU named after J. Balasagyn
Bishkek, Kyrgyzstan

**АЗЫРКЫ КЫРГЫЗСТАНДЫН МАССАЛЫК МААЛЫМАТ КАРАЖАТТАРЫНДА
ДИНИЙ ЖАНА ЭТНИКАЛЫК МААЛЫМАТТАРДЫ БЕРҮҮ ӨЗГӨЧӨЛҮКТӨРҮ
ЖАНА ФОРМАСЫ**

**ОСОБЕННОСТИ И ФОРМЫ ПОДАЧИ РЕЛИГИОЗНОЙ И ЭТНИЧЕСКОЙ
ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
КЫРГЫЗСТАНА**

**FEATURES AND FORMS OF SUBMISSION OF RELIGIOUS AND ETHNIC
INFORMATION IN MODERN MASS MEDIA OF KYRGYZSTAN**

Аннотация: Макаланын авторлору диний жана этникалык маалыматтарды камтыган ата мекендик маалымат каражаттарына анализ жүргүзүштү. Ишенген адамдын оң же терс имиджине карата коомдук пикирдин калыптанышынын себептери эмнеде. Заманбап коом диний жана этникалык маалыматты кандай кабыл алат. Учурда салттуу маалымат каражаттарынан тышкары (ТВ, радио, басма сөз каражаттары) диний жана этникалык мүнөздөгү үгүттөө иштери Интернеттин социалдык тармактарында, ошондой эле жеке мессенджерлеринде жүргүзүлүп жатат.

Өзөктүү сөздөр: этникалык маалымат, диний маалымат, ислам, радикализм, ксенофобия, жалпыга маалымдоо каражаттары, жалпыга маалымдоо каражаттары, этникалык журналистика, басмырлоо.

Аннотация: Авторы статьи провели анализ отечественных средств массовой информации освещающих религиозный и этнический контент; причины и факторы в формировании общественного мнения к положительному или отрицательному образу верующего человека; восприятие и подача религиозной и этнической информации со стороны некоторых СМИ, отождествляющих религиозное и этническое. Кроме традиционных СМИ (ТВ, радио, печатная пресса) в настоящее время активную пропаганду религиозного и этнического характера проводят в социальных сетях Интернета, а также в личных мессенджерах.

Ключевые слова: этническая информация, религиозная информация, ислам, радикализм, ксенофобия, массмедиа, средства массовой информации, этническая журналистика, дискриминация.

Annotation: In the publication concepts of religion and ethnic conflicts and the form of their illumination in mass-media are given. Also kinds of illumination of ethnic conflicts in a printing press and TV are given. Definitions that the ethnic information and that for a direction in journalism - ethnic journalism are besides given.

Key words: ethnic information, religious information, Islam, radicalism, xenophobia, mass media, mass media, ethnic journalism, discrimination.

В современном обществе роль и влияние СМИ имеют огромное значение. В процессе политического развития политики используют СМИ как инструмент, позволяющий управлять общественным сознанием. Методы распространения информации позволяют регулировать информационный процесс через государственные СМИ, а также частично – через частные компании. Частные СМИ в какой-то степени также зависимы от государства, так как получают разрешительные документы на функциональную деятельность.

В научной литературе информация об этносах называется этнической, а в СМИ это направление именуется этнической журналистикой. Этническая журналистика появилась относительно недавно. Главным в данном определении являются сами журналисты и их потенциальная аудитория.

Этническая журналистика – это новое направление в изучении и подачи информации в прессе. Научное изучение и исследования по этнической журналистике является новым направлением, хотя, по сути, этническая информация существовала всегда, начиная с того времени, как появились СМИ: «мы присутствуем при рождении нового научного направления – изучении всех аспектов этнической деятельности СМИ. Это направление развивается на стыке многих наук: этнологии, истории, политологии, религиоведения, социологии, психологии, журналистики и т.д. Нам представляется, что основной целью научных исследований деятельности СМИ должен быть научный поиск наиболее оптимальных способов распространения в массовом сознании идей гуманизма, идей этнической толерантности и этнического равенства граждан и народов перед законом, а также осуждение любых проявлений националэкстремизма, национальных фобий и других форм этнической дискриминации.[1]

В чем заключается этническая информация? В общем понимании, это, прежде всего, упоминание в СМИ о народах, странах, о национальных обычаях и ценностях. Более предметно – это информация, связанная с этнической психологией людей (чувствами, эмоциями, представлениями), информация об этнической экономике, о спорте, о медицине, педагогике и других сферах общественной жизни.[2]

СМИ, освещающие этнические процессы, могут не только интегрировать полиэтничное население, но и разъединить его, например, создавая этноцентристские чувства и эмоции людей, провоцируя этнические обиды и ущемляя достоинство представителей определенного этноса. Одна публикация может сразу вызвать нарастание напряженности и враждебности между проживающими вместе представителями разных этнических групп. Поэтому журналистам, вольно или невольно формирующим представления людей в области межэтнических отношений, всегда необходимо осознавать свою роль и гражданскую ответственность перед обществом. [3]

Российские исследователи подчеркивают, что этническая журналистика по содержанию может быть позитивной, негативной, нейтральной. Но кроме этого она содержит различную по эмоциональной окраске информацию: спокойную, восторженную, патетичную, гневную, осуждающую, сочувствующую и т.д., что тоже по-разному влияет на восприятие текста аудитории. К позитивной или нейтральной обычно относят доброжелательные, дружественные или нейтральные высказывания коммуникатора о представителях разных этносов, об особенностях их образа жизни, их материальной и духовной культуре, национальных героях и современных лидерах, о нормальном воздействии этнических групп. [4 с.19]

Общеизвестно, что регулярные упоминания, например, об успешной (или неуспешной) экономике или политике или о спортивных победах и неудачах конкретного этноса могут создать искаженное представление о нем в обществе. Но особенно важно учитывать данный момент при подаче этнической информации, где этому способствует не только интенсивность, но и формы подачи этнической информации. В частности, ее эмоциональность, ведь известно, что каждый факт может быть подан под разным углом зрения и событие может быть освещено тенденциозно, с симпатией или антипатией, нейтрально или агрессивно. [5]

Известный российский исследователь по этнической журналистике Вера Малькова подчеркивает: «Современная общественность должна осознавать, что конфликтная направленность журналистских выступлений, пропаганда национализма и экстремизма, нарушающие этнические права человека и целых этнических групп, дробящая общество на враждующие сообщества, может затормозить создание демократического общества в стране и ее развитие в целом. Это может привести к ухудшению образа нашей страны в мире, к ее политической и экономической изоляции, а в конечном итоге – к сепаратизации и к распаду страны».[6]

Наблюдения исследователей, занимающихся данной проблемой, показывают, что этничность, передаваемая в разных формах через СМИ, может мобилизовать народ, его общественные силы не только на добрые дела. Восставшая, а точнее, поднятая или мобилизованная политиками и журналистами этничность действительно может сплотить представителей одного этноса, например, на основе защиты их национальных ценностей – родной земли, родной страны, религии и других национальных ценностей, а также может возбудить национальное самосознание и на основе конкуренции с «другими», с «чужими», с теми, кто якобы пытается отнять «у нас» «наши» ценности. Читателю и журналисту не всегда просто увидеть и осознать, что специальное, массированное формирование общественного этнического сознания, мобилизация общественных этнических сил с помощью прессы нередко направлены на распространение у населения установок нетерпимости: противостоять им как нашему противнику, защитить нашу ценность, отстоять

ее, не отдать. Как известно, это нередко означает: не пустить, прогнать, выселить, убрать «чужих», «не наших», «этнически других», «не таких как мы».[7]

Телевидение

В зарубежной научной литературе американский антрополог К.Кларк предложил модель, описывающую четыре различных стадии развития правдивого изображения этнических меньшинств в телевизионных программах. Эти хронологические стадии следующие:

Стадия 1: непризнание.

Исключение представителей меньшинств из показа какой-либо группы персонажей.

Стадия 2: высмеивание.

Изображение персонажей меньшинств в комическом или стереотипном ключе.

Стадия 3: регуляция.

Показ персонажей меньшинств роли полицейских или детективов – тех, кто ответствен за существующее положение вещей в обществе.

Стадия 4: уважение.

Показ персонажей меньшинств как хорошими, так и плохими – представление им всех видов ролей. [8]

Печатная пресса

Согласно опросам общественного мнения в настоящее время общая аудитория лиц, читающих хоть какие-то периодические издания, очень невелика. Так, 75% респондентов заявляют, что они не читают ни одной ежедневной газеты каждый день, а 63% не читают ежедневную периодику хотя бы раз в неделю. 65% населения систематически не просматривают еженедельные газеты и журналы и 53% не читают их хотя бы один раз в месяц. 76% опрошенных регулярно не читают ежемесячную прессу, а 56% не делают этого хотя бы раз в год. Даже самые популярные издания не набирают больше 15-18% читательской аудитории [9, с.13].

Тем не менее, бесплатная раздача информационных листовок является очень популярным и эффективным способом агитации, в частности религиозной пропаганды.

– **Проблемы социально-культурного развития народов-этносов** – информация о национальных языках, о развитии этнических культур, об исторических событиях и исторических героях. Такие публикации постоянно появляются практически во всех каналах СМИ. Журналисты могут найти в этой сфере интересные аспекты и написать о массе проблем, прошлых, настоящих и будущих, связанных с этими вопросами, с уважением относясь к национальным чувствам и национальному достоинству своих героев.

– **Проблемы межэтнических взаимоотношений внутри небольших сообществ и во всей стране и связанные с этим проблемы этнических меньшинств, мигрантов и беженцев.** Эта проблема одна из наиболее проблемных и трудных как для журналистики, так и для науки. Толерантные подходы к ее освещению предполагают, что, описывая позитивные факты, можно отмечать национальную принадлежность героев, а говоря о негативе, стараться это не делать, но толерантная миссия СМИ и журналистов-способствовать установлению в регионах прочного межэтнического мира с помощью доступных им механизмов влияния на общественное сознание, не провоцировать напряженность, а смягчать или снимать ее.

– **Проблемы этнического криминала.** Нередко подача материалов бывает не толерантной: необоснованно подчеркивается этнический признак преступников, делаются

негативные этнические обобщения, распространяются негативные этнические стереотипы, допускаются шутки, провоцирующие этнические обиды. Такие публикации возбуждают враждебные чувства у представителей описываемого этноса и не содействуют формированию этнотолерантных установок у населения. Опять вступают трудные вопросы и для журналистов, и для исследователей этих проблем: как можно отражать реальное участие (и этническую специализацию) определенных групп людей в криминальной жизни нашего общества и не обидеть при этом земляков преступника и их этнические чувства?

– **Проблемы освещения горячих этнических конфликтов (войны, межэтнические противостояния).** Какой может быть здесь толерантная позиция? Практика освещения в прессе многочисленных войн показывает, что журналисты никогда не могут оставаться беспристрастными, пока существует в обществе национальный признак, ведь они сами представляют одну из воюющих сторон. Журналист должен иметь в виду, что воюют не народы и что после войны наступает мир.[10]

– **Проблемы распространения разных форм этнического экстремизма.** Эта тема также является очень острой и болезненной для современного общества. Темы националфашизма, шовинизма, русофобии, антисемитизма, кавказофобии и другие чаще всего актуализируются в прессе в связи с какими-то событиями, о которых далеко не всегда может знать общество. Задача журналистов в этих случаях – не провоцировать националистические чувства людей, что также ведет к разжиганию межэтнических конфликтов[11].

Из приведенной выше классификации чаще всего встречающихся тем, которые поднимаются в прессе, видно, что этническая информация может стать очень действенным инструментом в управлении современным обществом. Поэтому журналисты, освещающие любые проблемы этничности в прессе, должны подходить к своей деятельности максимально ответственно, с позиции толерантности.

Важно помнить, что даже в условиях рыночной экономики, обслуживая ту или другую группу (политиков, спонсоров), они вольно или невольно способствуют формированию или позитивных (толерантных) этнических взглядов, направленных на объединение общества, или враждебных, конфликтных, разрушающих общество. Нравственными основными критериями для них должны оставаться: объективность и сбалансированность фактов, невраждебность и миролюбие. И, конечно же, собственная гражданская ответственность.

Религиозная ситуация требует комплексного освещения через СМИ, а также есть потребность общества систематически получать через страницы СМИ о религиозной ситуации в стране, о латентных смыслах тех или иных религиозных терминов. Получать «информацию от компетентных экспертов о последствиях участия в религиозных конфликтах, о правовых, политических, этических и социальных регуляторах и механизмах религиозного сознания» [12, с.19].

Интернет

В настоящее время этнокультурное разнообразие отлично себя чувствует в Интернете. Создано множество сайтов на языках народов нашей страны, они обновляются, содержат интересную информацию. Поддержание сайта – наиболее дешевый способ распространения сведений и объединения людей. Однако, Интернет не может быть без норм и правил. Сегодня очевидно решающее воздействие Интернета как источника межгрупповой ненависти и вражды. Социальные сети – это не только ресурс информации в учебе или

бизнесе, не только способ развлечения, но и масштабное распространение ультранационалистических и расистских взглядов и призывов. Глашатаи ксенофобии за рубежом в частности в России без страха перед ответственностью используют Интернет в преступных целях.

Все это приводит к межнациональным конфликтам и нетерпимости одних против других по этническому признаку.

Интернет все чаще используют как бесконтрольную площадку для сброса информации.

Проблемы освещения межэтнических конфликтов в Кыргызстане.

Отечественные журналисты столкнулись с проблемой, как освещать такие события, чтобы не навредить ситуации. В это же время иностранные СМИ нагнетали ситуацию, когда передавали, что кыргызы уничтожают узбеков, хотя в этой ситуации оказались не только узбеки, но и кыргызы. Местные журналисты пытались обратиться к иностранным коллегам, что из-за таких репортажей в государстве возможны конфликты уже на новой волне.

«Грязный язык СМИ мало кем отслеживается, а уж тем более наказывается. Поэтому поднять планку должно, прежде всего, само общество, его элита, экспертное сообщество» [13].

Из всех социальных функций СМИ преимущественно востребованы следующие: информационная, развлечения и эмоциональной разрядки. Социальный заказ этнических групп к СМИ на другие типы публичных обсуждений пока не сформирован. Этот процесс только начинает развиваться в общественном сознании, и потребуются немало времени и усилий для того, чтобы он вошел в сферу общественных отношений [14].

В настоящее время представители всех этнических групп, включая кыргызов, стоят перед общими проблемами в этнокультурной сфере: прежде всего это сохранение и развитие родного языка и самобытной культуры, получение образования на родном языке. При этом многие предъявляемые проблемы не являются собственно этническими, а носят социально-экономический характер и обусловлены сложностями в процессе трудоустройства и профессиональной реализации. Это приводит к появлению зон межэтнической напряженности, что связано с существованием определенных негативных стереотипов среди населения, с геополитическими факторами и некорректной подачей информации в отечественных и иностранных СМИ [15].

В последнее время термины «этнический», «религиозный», со стороны некоторых массмедиа, оказываются взаимосвязанными и идентичными. Представителей центральноазиатских и кавказских этносов автоматически причисляют к исламской религии со всеми вытекающими представлениями: обвинения в фундаментализме, радикализме, терроризме и т.д.

Огромный поток информации, в которых, так или иначе, присутствуют дефиниции «радикализм», «христианин» «ислам», «мусульманин» и др. идет в масс-медиа. Новостные, публицистические статьи, интервью с политиками, результаты социологических опросов – все это и формирует образ мусульманина. А каким будет это образ - негативным или позитивным, зависит от дискурса, который присутствует в них.

Религия стала устойчивым медийным феноменом, заявленным через телеэкран и Интернет [16, с.32]. Из сказанного становится очевидным то, что аудитория принимает информацию, так или иначе связанную с религией, через призму новостей, полученных из средств массовой информации. В данном контексте на первый план выходит роль

государства как гаранта соблюдения свободы вероисповедания и веротерпимости. А средства массовой информации, освещая проблемы и вопросы так или иначе связанные с религиозной тематикой должны быть предельно толерантны. Популяризация религии – это и есть феномен медийности религии. Поэтому, как отметил бывший председатель Госкомрелигии О. Молдалиев «межконфессиональное согласие, недопущение конфликтов на религиозной почве – должны быть основополагающими принципами религиозных новостей в средствах массовой информации»[17, с.44]. Существенной проблемой религии как информационного феномена является неподготовленная аудитория, не знакомая с определенными знаниями религиозных канонов, понятий и истории. Основная часть аудитории имеет лишь общие представления о той или иной религии. А масс-медиа продолжают развивать эти представления, оставаясь рассуждать в медиа-пространстве на том же уровне, что и их аудитория, не проникая в суть узкоспециализированных терминов и основ вероучения. Вследствие чего, информация из подобных источников воспринимается аудиторией как единственно верная истина[18, с.23].

Нынешняя турбулентная религиозная ситуация сложилась вследствие абсолютной свободы вероисповедания, позволившей появиться на территории республики, а позже уже и достаточно прочно укрепиться различным религиозным культам, в том числе радикальной и деструктивной направленности.

Таким образом в современных условиях – широкомасштабной сети интернета и усиливающейся информационной войны, значительно возрастает роль государства в регулировании и достижении этнического согласия и религиозной терпимости.

Список использованной литературы:

1. Малькова В.К. Российская пресса и проблемы этнической толерантности и конфликтности [www.tolerance](http://www.tolerance.ru) Вход. 21.10.2020
2. Бромлей Ю.В., Дробижева Л.М., Губоло М.Н., Лебедева Н.М., Солдатова Г.У., Тишков В.А. и др. Сборник статей этнологов и антропологов . [www.tolerance](http://www.tolerance.ru) Вход. 21.10.2020
3. Профессиональная этика журналистов: [Текст] // Документы и справочные материалы . – М., 1999. -С.31.
4. Малькова В.К. Этнические аспекты журналистики. – М., 2004. – С.19.
5. Малькова В.К. Способы транслирования этничности в массовое сознание, или как делают этническую информацию толерантной и конфликтной. – М., 2004 www.tolerance.ru Вход. 21.10.2020
6. Малькова В.К. Актуальные проблемы противодействия этническому экстремизму в СМИ www.tolerance.ru Вход. 21.10.2020
7. Малькова В.К. Актуальные проблемы противодействия этническому экстремизму в СМИ www.tolerance.ru Вход. 21.10.2020
8. Кларк К. Изображение меньшинства и особенности его воздействия. Глава «Современная картина».
9. Дуйшеева Р., Кенжекулов А. Роль СМИ в освещении вопросов религии, а также в построении конструктивных диалогов по религии и демократии. Аналитические заметки по результатам исследований, проведенных в рамках проекта InternationalAlert «Конструктивные диалоги по религии и демократии» -Бишкек, 2019.

10. Малькова В.К. Основные темы и сюжеты публикаций, содержащих этническую окраску. – М., 2004. www.tolerance.ru Вход. 21.10.2020
11. Малькова В.К. Основные темы и сюжеты публикаций, содержащих этническую окраску. – М., 2004. www.tolerance.ru Вход. 21.10.2020
12. Гальдини.Ф. Ислам в Кыргызстане: рост многообразия Информационное агенство «Акипресс», 03.02.2015, www.akipress.org. Вход. 21.10.2020
13. Тишков В. Опыт этнологического мониторинга. – М., 2004.
14. Третьякова Т., Князев А., Абылгазиева А., Алешкина Ю. Особенности информационно-коммуникативного пространства этнической сферы Кыргызстана. – Бишкек, 2004.
15. Этнокультурное многообразие – потенциал развития общества в странах Центральной Азии. – Бишкек, 2004. Профессиональная этика журналистов: Документы и справочные материалы. – М., 1999. – С. 31.
16. Хурматуллин А.К. Понятие дискурса в современной лингвистике // Ученые записки Казанского Государственного университета Том 151, кн. 6 Гуманитарные науки 2009 - Казань, 2009 , -с.32
17. Молдалиев О. Комментарий к «Национальной стратегии устойчивого развития Кыргызской Республики на период 2013-2017 годы» -Бишкек, 2015, -142с.
18. Федоров Н. Ислам в мусульманские общины, -М., 2009. –С.23

Рецензент: д.и.н., профессор Галиева З.И.

УДК 789.9

DOI 10.33514/1694-7851-2020-4-169-178

Капалбаев Октябрь Эркинович

кандидат исторических наук, профессор,
Кыргызский государственный университет им. И. Арабаева,
Бишкек, Кыргызстан

Капалбаев Октябрь Эркинович

тарых илимдеринин кандидаты, профессор,
И.Арабаев атындагы Кыргыз мамлекеттик университети,
Бишкек, Кыргызстан

Kapalbaev Oktyabr Erkinovich

candidate of historical sciences, professor,
Kyrgyz State University. I. Arabaeva,
Bishkek, Kyrgyzstan

**АЛГЫР КАНАТТУУ КУШТАР МЕНЕН АН УЛООДО КОЛДОНУЛУУЧУ
БУЮМДАР**

ПРЕДМЕТЫ ОХОТЫ С ЛОВЧИМИ ПТИЦАМИ

HUNTING TOOLS OF HUNTING BIRDS