

УДК 811.512.145'272:39

И. С. Карабулатова, А. М. Хайретдинова

**СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НОМИНАТИВНЫХ ЕДИНИЦ
ЭТНОЛИНГВОИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА
(НА МАТЕРИАЛЕ ТАТАРСКОГО ЯЗЫКА)**

Номинативные единицы в этнолингвоинформационном пространстве в ситуации глобализации выполняют роль «ключевых» слов этничности. Авторы показывают специфику использования данных слов на материале языков народов России, в частности – татарского языка.

Ключевых слова: номинативные единицы, татарский язык, этничность, этнолингвоинформационное пространство.

I. S. Karabulatova, A. M. Khairatdinova

SPECIFICITY OF THE FUNCTIONING OF NOMINATIVE UNITS ETHNO-LINGUISTIC INFORMATION SPACE (ON THE BASIS OF THE TATAR LANGUAGE)

Nominative units in the ethno-linguistic and information space in a situation of globalization serve as a «keywords» of ethnicity. The authors demonstrate the specificity of these words on the material of the languages of Russia, in particular the tatar language.

Keywords: Nominative units, ethno-linguistic and information space, tatar language, ethnicity.

Информационная эра в контексте глобализации проявляет свою силу и мощь в разных измерениях, переводя в информационную плоскость все то, что ранее понималось как явление прямого действия. В сложном полиэтническом регионе возникает необходимость объективного представления каждого народа без ущемления национальных чувств его представителей. Понимание информационного пространства как объекта исследования лингвистики приводит к тому, что представление о том или ином этносе мы получаем путем репрезентации сведений об этом народе и его языке и культуре посредством национальной картины мира и тех или иных языков в целом. Не вызывает сомнения, что функционирование языков и культур в едином информационном пространстве происходит не стихийно, а сообразно определенным закономерностям.

После провозглашения профессором Юкио Хаяши концепции «информационного общества», его основные характеристики были определены в отчетах, представленных японскому правительству несколькими научно-исследовательскими организациями страны в конце 60-х – начале 70-х годов XX века [4, 163]. Как правило, современное демократичное информационное сообщество, представленное различными социальными силами (сюда входят, по справедливому мнению Г. М. Ниязовой, государственные и негосударственные институты, объединения, партии, СМИ, группы, официальные лица или отдельные граждане), проводит

собственную информационную политику. Вполне закономерно, что в таком обществе имеется и определенный информационный порядок. Под **информационным порядком** мы, вслед за Г. М. Ниязовой, понимаем такую организацию информационного пространства, которая предполагает: а) полноценное осуществление прав граждан на доступ информации; б) получение, распространение и использование информации в соответствии с их потребностью быть оптимально информированными для принятия и реализации максимально верных решений как в делах управления государством, так и во всех других сферах жизнедеятельности [5]. Среди лингвистических факторов, влияющих на этноидентификацию личности, на первом месте стоит языковая среда.

Этнолингвоинформационное пространство современного полиэтничного региона представляет собой универсальную ценность, которая имеет разную значимость в разных социальных сообществах. Устойчиво среди признаков информационного общества выделяют средства коммуникации (компьютеры, программы и программное обеспечение, средства связи и системы коммуникации, телефоны, радио, телерадиокоммуникации и т. п.).

На сегодняшний день есть как приверженцы, так и противники государственного регулирования сферы СМИ, однако и те и другие признают: государство, являясь выразителем общенациональных и общечеловеческих интересов, должно нести ответ-

ственность перед обществом и гражданами за состояние журналистской системы. В обеспечении демократического информационного порядка важным фактором является государственная информационная политика, реализуемая по целому ряду направлений, из которых для нас важнейшим выступает государственная политика в области СМИ.

Содержание этнолингвоинформационного пространства обладает структурирующей и семантической значимостью. Для этнолингвоинформационного пространства России татароязычные СМИ имеют важное значение в связи с усилением тюркоязычных народов в структуре российского общества: татары стабильно занимают второе место по численности населения (по результатам переписи 2002 и 2010 годов).

Если мы посмотрим на виртуальную карту этнолингвоинформационного пространства России, то обнаружим, что оно голографически передает суть этноязыковой картины российского государства. Особое внимание мы уделяем татароязычным СМИ в связи с тем, что татары являются вторым по численности этносом в России, удерживая лидирующие позиции в таких регионах, как Татарстан, Тюменская область, Башкортостан, Москва, Санкт-Петербург, Астрахань, Оренбург, Омск, Саратов, так и исторически обусловленных территориях Крыма, Турции, Румынии.

По своим целевым установкам татароязычные СМИ дублируют русскоязычное информационное пространство, однако этнический и конфессиональный компонент также явно присутствуют. Специфика взаимодействия татарской и русской культуры заключается в наличии так называемой «этнотравмы», связанной с определенными негативными историческими фактами в современной политике. Как правило, этнотравма приобретает гипертрофированные черты и требует включения в механизм национальной

идентификации. Историческими примерами этнотравм являются поражение Казанского ханства в войне с Иваном Грозным, падение Сибирского ханства, войны на Северном Кавказе, введение «черты оседлости» для евреев в России, поражение Германии в Первой мировой войне и Версальский договор, и т. п.

В нашей стране, после утраты иллюзий начала 90-х годов о «равноправной дружбе» с Западом и Востоком стали говорить и об информационной безопасности. Однако это понятие не является изобретением последних лет. Так, например, с 24 февраля 1942 года радиостанция «Голос Америки» стала вести передачи на разных иностранных языках, доведя их число до 41 языка к концу Второй мировой войны [4, 52].

По данным Ю. Кашлева и Э. Галумова [4], в обобщенном виде распределение СМИ по регионам выглядит следующим образом:

Регион	% распределения ежедневных газет (тираж)	% распределения радиоприемников	% распределения выпускаемых книг	% населения
А ф р и к а (кроме арабских стран)	1,0	1,9	1,4	9,9
С е в е р н а я А м е р и к а	16,2	44,9	15,4	7,5
Л а т и н с к а я А м е р и к а	5,6	8,8	5,2	10,5
А з и я (без КНДР, КНР, СРВ)	21,8	11,2	16,4	43,8
А р а б с к и е с т р а н ы	0,7	1,9	1,0	4,5
Е в р о п а (без стран постсоветского мира)	28,2	16,5	45,6	4,5
О к е а н и я	1,7	1,5	0,8	0,1
П о с т с о в е т с к и е с т р а н ы	24,8	13,3	14,2	8,1

Современные СМИ на сегодняшний день четко структурировались, выстроившись в иерархию, наверху которой находится телевидение. Первая четверть XX столетия была «золотым веком» национальной периодики, после которого наступил этап резкого упадка. Если в период между 1905 и 1917 годом любой татарский промышленник или купец, несмотря на необходимость получения разрешения от губернских властей, мог начать выпуск газеты в любом городе России, то в советский период вопрос о выпуске газет решался исключительно партийными и советскими чиновниками, которые, обычно, не видели никакой необходимости печатания татарских газет, особенно вне Татарии. А так как более двух третей всех татар проживало вне Татарии, доступ большинства татар к газетам на родном языке был серьезно ограничен.

Исходя из этого, большую роль играют средства массовой информации, моделирующие лингвоэтническое сознание как граждан России, так и мигрантов. Потенциально каждое сообщение СМИ содержит в себе основу для порождения мифа или поддержки уже существующего, или само является мифом. Важно то, что в душе человека этничность, этнос, народ являются не иллюзиями, а действительностью, и этнические факторы оказывают реальное влияние на поведение людей в самом широком смысле этого слова. Такое понимание ближе к примордиалистскому мировоззрению, отводящему этничности место «в сердце», а не «в голове», как при инструменталистском подходе.

Итак, мы полагаем, что в современном этнолингвоинформационном пространстве можно выделить несколько субпространств, имеющих ту или иную цель:

- а) общекультурное, иллюстрирующее общечеловеческие ценности и архетипы;
- б) цивилизационное (христианское, исламское и т. п. субпространства);
- в) лингвострановедческое;

- г) обучающе-познавательное;
- д) собственно лингвоэтническое.

Собственно лингвоэтническое субпространство представлено в областях традиционного информационного пространства (СМИ) и нетрадиционного (виртуального) информационного пространства (Интернет). Необходимо отметить, что эти субпространства могут образовывать пересекающиеся области.

Номинативные единицы и сообщения СМИ имеют мифологический характер, поскольку они проводят в жизнь определенную модель поведения и определенное отношение. Например: «**Тулпар**» («Конь-скакун», Уфа), «**Кояш**» («Солнце»), «**Нур**» («Луч»), «**Юл**» («Путь»), «**Саф чишме**» («Чистый родник», Екатеринбург) – среди татарских СМИ, а в азербайджанском языке – «**Бахар**» («Весна»), «**Шефег**» («Заря»), «**Молла Насреддин**» и др.

Национальное самосознание – это одна из самых устойчивых доминант, присутствующая в современном обществе. На этом фундаменте строится конструкция национальной идентичности, включая ее культурный и политический аспекты. Решающим фактором в формировании феномена национальной идентичности является историко-политический контекст. Он выражается, например, в мифологическом, культурном или политическом национализме, вытекающем из древнейшего опыта наших предков, противостоящих враждебным силам. Например: газета «**Азан**» («Призыв к молитве», Самара), газета «**Идел**» («Волга», Казань), «**Йолдыз**» («Звезда», Казань), «**Карчыга**» («Коршун»), «**Көч**» («Сила», Астрахань), «**Шярги-рус**» («Восточная Русь»), «**Молла Насреддин**», «**Гызыл джаванлыг**» («Золотая молодость») и др.

Под влиянием этих архетипов формируются новые или усиливаются прежние ценностные ориентации общества, ощущающего свою идентичность, которая представляет

собой важнейший фактор построения позитивного имиджа страны в глазах общественности, так как предлагает основу для консолидации общества. Например, в советский период это были такие названия СМИ, как «**Кызыл сөңге**» («Красное копьё», Астрахань), «**Ленин юлы**» («Ленинский путь», Тобольск), «**Солдат ялкыны**» («Солдатское пламя»), «**Гырмызы гюнеш**» («Красное солнце»), «**Маариф**» («Просвещение»), «**Хурийят**» («Свобода»), «**Фюгера седасы**» («Голос бедных»), «**Зехмет седасы**» («Голос труда») и др.

Упадок периодической печати на татарском языке в советский период коснулся содержания, тиража и географии распространения газет и журналов. Если после Русской революции 1905–1907 годов татарские газеты выходили во многих городах России, где компактно проживали татары, то в советский период татарские газеты выходили лишь в Татарстане и Башкортостане (если не считать небольшого числа районных газет в соседних регионах и республиках, тиражи которых не превышали нескольких тысяч экземпляров). Если до революции содержание татарских газет и журналов представляло собой целую гамму идеологических уклонов – от праворадикальных до леворадикальных – то в советское время вся периодика выражала лишь коммунистическую идеологию.

Современное этнолингвоинформационное пространство репрезентирует чужой опыт, вторичные переживания, нечто аутентичное, вторичное, пережитое кем-то другим, но одновременно обеспечивает индивидуальное наблюдение при помощи этого различения аутентичное/вторичное, а тем самым позволяют создавать и/или отличать «мою» подлинную, «мною» переживаемую реальность.

Мифы генерируются средствами массовой информации в результате многократного появления в массмедиа сообщений о каком-либо факте, событии, явлении, персоне.

Объект спецрепортажа как журналистского произведения обрастает множеством толкований, характеристик, описаний, сведений, из нескольких или многих сообщений у реципиента формируется единый образ факта/явления/героя/события и т. д. Советские газеты непропорционально огромное время уделяли промышленности и сельскому хозяйству и почти ежедневно на первых страницах газет были фотографии комбайна или трактора, передовой доярки или знатного механизатора. Татарские газеты, как правило, состояли из репортажей об очередных успехах советских тружеников и перепечаток статей из центральных московских газет по различным злободневным темам внутренней и международной жизни. Это было характерно как для татарских, так и СМИ других народов.

По сравнению со среднеазиатскими народами, для которых большевистская революция впервые в их истории открыла возможность издания газет на родном языке, татары и азербайджанцы в области периодики потерпели большой урон от революции.

Социальное давление, даже бессознательное, может изменить языковое поведение говорящего. Советские чиновники видели в татарах не древний народ с многовековой письменной культурой, а лишь население одной из автономных республик, которая должна была занимать второстепенное положение по сравнению с Азербайджаном как союзной республикой. С распадом СССР ситуация, казалось бы, должна была измениться в лучшую сторону: у быстро нарождающегося класса татарских бизнесменов и магнатов появились все возможности для учреждения и издания новых органов печати на татарском языке. Но этого не произошло. Частично это объясняется далеко зашедшей этнической ассимиляцией. У многих потенциальных издателей нет ни желания, ни интереса служить делу просвещения своего народа. Исключения можно пересчитать по пальцам.

В последнее время региональные власти отдельных российских регионов публикуют газеты на татарском языке в местах их компактного проживания. Например, в Куйбышевской области издается газета «**Бердәмлек**» («Единство»), тираж которой не превышает 6 тысяч экземпляров. В Ульяновской области выходит газета «**Өмет**» («Надежда»), чей тираж не превышает 7 тысяч. В Тюменской области – «**Янарш**» («Обновление», Тюмень), в Удмуртии также – «**Янарш**», «**Татар деньясы**» («Татарский мир», Омск), «**Тартыш**» («Борьба», Астрахань), «**Мохтарият**» («Автономия», Саратов, Уфа). Крайне низкие тиражи таких изданий типичны для всех регионов, где выходят татарские газеты. Подавляющее большинство татар диаспоры не имеет доступа к татароязычной прессе.

По причине ассимиляции, у многих татар даже нет желания читать газеты на родном языке, поскольку социогенез вербального поведения личности в значительной степени диктуется экстралингвистическими факторами. Наибольшее количество опрошенных тоболо-иртышских татар (всего опрошено 500 человек Вагайского и Тюменского районов), отвечая на вопрос о близости к людям своей национальности, назвали основным признаком идентификации языковую принадлежность, 87,3 % всех опрошенных назвали родным языком татарский, тогда как русский является родным для 2,2 % респондентов, еще 0,2 % считают родным башкирский. В то же время свободно владеют родным языком 58,8 % информантов, а русским – 87,7 %. Кроме того, следует учитывать, что собственно родным языком у сибирских татар является разговорный, устный, в то время как письмо является чуждым – базирующимся на лингвистической основе казанско-татарского языка, поэтому обучение литературному языку в школе и вузе фактически означает изучение нового языка [1].

Не вызывает сомнений, что современное этнолингвоинформационное пространство трансформирует ценностно-мотивационную структуру личности.

В коммуникации есть определенная субстанция реальности. Например: «**Шэрекъ кызы**» («Дочь Востока»); «**Юл**» («Путь»); «**Ялкын**» («Пламя», Астрахань); «**Чынгыз баласы**» («Дитя Чингиза»); «**Хужа хем хужабикэ**» («Хозяин и хозяйка») – в татароязычном этнолингвоинформационном пространстве и «**Кавказ**», «**Тебриз**», «**Шярг гадыны**» («Восточная женщина»).

Знакомство с ценностными доминантами в сфере этнолингвоинформационного пространства происходит уже на уровне номинативных единиц СМИ: «**Аллоки**» (аналог «Баю-бай», детский журнал), **Умма** («Паства» – в исламе), «**Эль-галями эль-ислами**» («Исламский мир»). Следует отметить, что татарская культура становится проводником исламских ценностей для русской культуры, поэтому многие понятия ислама широко используются в сфере СМИ. В связи с этим нельзя не согласиться с И. С. Карабулатовой и З. В. Поливарой, что для татар характерен другой тип полилингвизма: татарско-арабско (конфессионально) – русский + иностранный язык (английский / немецкий / французский). Прежде всего, замалчивание конфессиональной стороны трилингвизма у татар связано, на наш взгляд, с этнотравмами. Как правило, практически все татары кроме родного татарского не только владеют русским языком, но также и арабским. Причем усвоение языков идет в следующей последовательности: 1) татарский, 2) арабский, 3) русский, 4) иностранный (английский / немецкий / французский) [2, 6].

В полиэтничной среде этнический статус является важнейшей составляющей социального самочувствия человека. Этническая принадлежность – эмпирическая данность, освоение которой, как правило, не требует ни особенного жизненного опыта, ни каких-

либо сложных когнитивных процедур и отличается устойчивостью. Характер этнического поведения (социокультурного, прежде всего) также несет в себе специфику усваиваемого языка, прежде всего, при помощи национальноязычных СМИ. Мы считаем, что сущностью «соприкосновения» представителей

различных культур является преодоление проблемы как личностного, так и международного свойства, направленное на формирование согласованности взглядов участников диалога, а не на оказание направленного влияния и навязывание собственных культурных сценариев.

Литература

1. Алишина Х. Ч. Тоболо-иртышский диалект сибирских татар. – Казань: Казанск. гос. пед. ин-т, 1994. – С. 119.
2. Карабулатова И. С. Языковая личность в контексте межкультурных коммуникаций // Вестник Кемеров. гос. ун-та культуры и искусств. – Кемерово: КГУКИ, 2011. – № 16. – С. 77–85.
3. Карабулатова И. С., Поливара З. В., Вафеев Р. А. Этнолингвистические дифференциации в иноэтническом окружении: коллективная монография. – Тюмень: Печатник, 2012. – 189 с.
4. Кашлев Ю., Галумов Э. Информация и PR в международных отношениях. – М.: Известия, 2003. – 432 с.
5. Ниязова Г. М. Современное информационное пространство: этнолингвофункциональный подход / под ред. И. С. Карабулатовой. – Тюмень: Печатник, 2008. – 164 с.
6. Поливара З. В. Этнолингвистические дифференциации в формировании лексико-грамматических категорий у татар-билингвов и русских в системе преодоления речевых дисфункций (на материале Тюменской области): автореф. доктора филол. наук. – Тобольск: ТГСПА, 2012. – 56 с.