

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. Khairtdinova

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
Африка (кроме арабских стран)	1,0	1,9	1,4	9,9
Северная Америка	16,2	44,9	15,4	7,5
Латинская Америка	5,6	8,8	5,2	10,5
Азия (без КНДР, КНР, СРВ)	21,8	11,2	16,4	43,8
Арабские страны	0,7	1,9	1,0	4,5
Европа (без стран постсоветского мира)	28,2	16,5	45,6	4,5
Океания	1,7	1,5	0,8	0,1
Постсоветские страны	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.