

■ ■ ■ Медиа в системе политической коммуникации современного Таджикистана

Ризоев Ш.Х.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС), Москва, Российская Федерация.

Аннотация. В статье представлен теоретический анализ роли медиа в контексте формирования системы политической коммуникации. Для достижения указанной цели был проведен обзор истории становления средств массовой информации, охарактеризована специфика функционирования медиасистемы Таджикистана. Выявлены особенности распространения политической информации через каналы массовой коммуникации. Анализ практики государственного регулирования способствовал систематизации источников правовых норм и оценки методов осуществления контроля над медиапространством.

Ключевые слова: политическая коммуникация, медиасистема, сетевые СМИ, цифровизация, Таджикистан, государственная власть

Для цитирования: Ризоев Ш.Х. Медиа в системе политической коммуникации современного Таджикистана // Коммуникология. 2024. Том 12. № 4. С. 28-40. DOI 10.21453/2311-3065-2024-12-4-28-40.

Сведения об авторе: Ризоев Шамсиддин Хуршедович – старший преподаватель Факультета журналистики Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. *ORCID:* 0000-0002-7770-6445. *Адрес:* 119571, Россия, г. Москва, пр-т Вернадского, 82. *E-mail:* rizev-sk@ranepa.ru.

Статья поступила в редакцию: 27.09.2024. *Принята к печати:* 16.11.2024.

Введение. Интенсификация каналов и форм массовой коммуникации оказала влияние на характер коммуникационной составляющей политической системы. Логика переноса в публичное пространство различных аспектов политического процесса связана не только стремлением власти соответствовать демократическим принципам открытости и прозрачности, но также должна восприниматься в качестве составной части информационной стратегии: каналы массовой коммуникации являются наиболее оперативным средством доставки политических решений и установления идеологических дискурсов. Таким образом, коммуникационные процессы становятся системообразующим фактором политики. В этой связи становится трудным избежать анализа их влияния вне линейного выражения. Инфраструктура производства политической инфор-

Конфликт интересов: отсутствует.

мации сопряжена с системой медиа, которая определяет процесс выпуска массовой информации с точки зрения (а) технологий; (б) норм и правил.

Медиа являются центральным элементом процесса политической коммуникации поскольку производят основную единицу коммуникации – информационный продукт. С одной стороны, будучи агентом пространства политической коммуникации, медиа выполняют функцию механизма обратной связи между властью и обществом, с другой – выступают инструментом сохранения и воспроизводства политической системы [Силкин 2017]. Медийная политика государств в этой связи уже длительное время является предметом научного исследования. В частности, в теории медиа была сформирована типология медиасистем, образовавшихся в условиях соответствующих политических режимов [Вартанова 2018]. Системное производство информационных сообщений о событиях политического процесса усиливают позиции журналистики как социального института и актора политической системы. Действенность коммуникации является одним из важных условий организации эффективного управления и контроля за той или иной территорией. Очевидна связь между преобладающим способом коммуникации и степенью централизации политической власти: крупные газеты, центральное телевидение, ведущие агрегаторы сетевых информационных потоков – каждый в свою эпоху оказывали существенное влияние на становление режимов власти.

Учитывая современный контекст и медиатизацию многих аспектов социальной и политической жизни, то, что освещается в медиа, все чаще переносится в реальность, а происходящее медиaprостранстве оказывает непосредственное влияние на характер действий реальной политики, становясь детерминантами социальных перемен [Вырковский, Колисниченко 2020]. Актуальность исследований, направленных на изучение медиapolитики в государствах Центральной Азии, и, в частности, в Республике Таджикистан, связана с возрастающей значимостью этого региона в контексте интенсификации межгосударственных интеграционных процессов. Востребованным является и рассмотрение круга вопросов, связанного с механизмом правового регулирования, способами государственного контроля над медиасферой, характером взаимодействия политических субъектов с институтами массмедиа в контексте цифровизации политической коммуникации. Существует и отраслевой научный запрос на исследования национальных медиасистем в контексте политических перемен и трансформации социальной динамики стран СНГ [Вартанова, Пую 2017]. В последующем тексте будет представлен обзор истории становления и развития системы средств массовой информации республики Таджикистан в контексте формирования государственных институтов власти.

Становление и развитие медиасистемы Республики Таджикистан

Республика Таджикистан согласно нормам Конституции этой страны является демократическим, светским и правовым государством. Механизмы

обеспечения функционирования ее медиасистемы соответственно выстроены на принципах политического плюрализма, законности и секуляризма. История медиасистемы Таджикистана может быть разделена на два больших периода. Первый – советский этап, продолжавшийся с 1924 года по сентябрь 1991 года. Второй – с сентября 1991 года по настоящее время – эпоха развития системы СМИ в условиях независимости республики. Тем не менее, в историографии таджикской журналистики существуют несколько мнений относительно точки её отсчёта. Первый подход основывается на возведении генеалогии таджикской печати к газетам на персидском языке ¹, самые ранние из которых выпускались в Индии и Египте конца XIX века. Данная позиция усилена тем фактом, что в центре внимания этих изданий оказалась жизнь многих регионов распространения персидского языка – Ирана, Индии, Туркестана и Бухары. Второй подход основывается на конструировании истории таджикской прессы во взаимосвязи с периодической печатью российского Туркестана и Бухарского эмирата: газеты и журналы этих политий, издаваясь преимущественно на русском и тюркских языках, печатали материалы в том числе и на фарси. В это же время, в 1912–1913 гг. возникает первая газета региона на персидском языке «Бухорои Шариф» («Священная Бухара»). Третий подход связывает возникновение таджикской журналистики в связи с установлением советской власти в Центральной Азии и образованием Таджикской советской социалистической республики в 1924 году как проекта государства модерна, неотъемлемыми атрибутами которого являются книгоиздательство, массовая печать, система телерадиовещания. Наряду с выстраиванием государственных институтов власти в молодой таджикской республике возникла необходимость организации массовой печати для пропаганды и разъяснения новых социально-политических, экономических и культурных реалий местному традиционалистскому обществу. Организация массовой печати была необходимым условием для установления новой модели государственности и укрепления властных структур на местах. В этой связи периодическая печать советского Таджикистана оказалась инструментом создания массового общества, средством консолидации политической нации, способом артикуляции публичной сферы. Первая государственная газета Таджикистана была основана в 1925 году под названием «Иди точик» («Праздник таджика»), позже известная как «Тоҷикистони советӣ» («Советский Таджикистан»). Новое название газеты подчеркивало классовую и революционную природу советского Таджикиста-

¹ Персидский язык является государственным языком в Исламской Республике Иран, в Афганистане он известен как язык дари, и выполняет функции языка межнационального общения, в Таджикистане персидский язык, транслитерированный в кириллическую графику в конце 30-х годов прошлого столетия, стал называться таджикским. Общее историческое и культурное наследие, выражено в первую очередь богатой литературной традицией. Некоторые исследователи при сравнении персидского, дари и таджикского языков устанавливают их похожесть в той же степени, которая обнаруживается в диалектах английского языка Англии, США и Австралии [Spooner 2012].

на. Газета способствовала рекрутированию солдат на службу в Красную армию, вела агитационную борьбу с противниками коммунистической власти, способствовала реализации программ ликвидации безграмотности, распространению новых знаний [Усмонов, Давронов 2008]. Будучи официальным печатным органом партии и правительства, эта газета установила традиции партийной журналистики в стране. Возникновение прессы способствовало развитию общественной дискуссии: развернувшаяся на её страницах полемика между представителями разных социальных групп сыграла «основополагающую роль в формировании таджикской идентичности» [Халид: 446-447], пресса выступила своеобразной культурной платформой формирования «устойчивого этнического личностного образца» [Хасанова 2021].

По состоянию на 2023 год в Таджикистане выпускается порядка 323 печатных изданий: 186 наименований газет и 138 журналов¹. Официальные каналы массовой коммуникации государственной власти представлены газетами «Джумхурият»² («Республика») и «Садои мардум»³ («Голос народа»). Переход на цифровые платформы позволил этим изданиям установить качественно-новую систему обратной связи, а пользователям сети-Интернет обеспечил доступ к официальной информации [Салихов и др. 2019]. «Чумхурият» и «Садои Мардум» по сравнению с частными газетами, обладают большими тиражами, ежедневно выпуская по 50 и 30 тысяч номеров соответственно. Русскоязычным органом правительства Таджикистана является «Народная газета», являющаяся преемницей ежедневной республиканской газеты «Коммунист Таджикистана» [Рахимов 2021]. Тираж еженедельника правящей Народно-демократической партии Таджикистана (НДПТ) – «Минбари Халқ» («Народная Трибуна») достигает 100 тысяч экземпляров⁴. В отличие от других официально зарегистрированных партий, НДПТ выстроила систему партийных штабов по всей республике, у которых налажен выпуск собственных региональных изданий [Маъруфзода 2018]. Газеты и журналы политических партий республики в контексте кризиса печатной индустрии переживают очевидный спад. Основными факторами снижения читательского интереса эксперты считают отсутствие конкуренции на рынке периодической печати, ухудшение материально-технической базы системы дистрибуции, переход аудитории газет и журналов к модели онлайн потребления

¹ Исследование медиапредпочтения населения Таджикистана-2024: рост интернет-пользователей и новые тенденции // Центр социологических исследований «Зеркало» [эл. ресурс]: <https://zerkalo.tj/news/129-issledovateli-opredelili-mediapredpochteniyanaseleniya-rt.html> (дата обращения: 11.09.2024).

² Официальное издание Республики Таджикистан газета «Чумхурият» [эл. ресурс]: <https://jumhuriyat.tj> (дата обращения: 06.11.2024).

³ Официальное издание Парламента Республики Таджикистан газета «Садои Мардум» [эл. ресурс]: <https://sadoimardum.tj/about/> (дата обращения: 06.11.2024).

⁴ Центральное издание НДПТ газета «Минбари халқ» [эл. ресурс]: <https://hkhdt.tj/pdfs> (дата обращения: 06.11.2024).

новостного контента. «Ситуацию не особенно спасает и то, что некоторые частные издания были включены в реестр изданий обязательных к подписке»¹. Все печатные издания, выпускающиеся массовым тиражом, обязаны пройти процедуру регистрации в Министерстве культуры страны.

Радио как составная часть системы средств массовой информации появилось в Таджикистане 10 апреля 1930 года, обеспечив информационное сопровождение ключевых проектов преобразования республики: индустриализации, коллективизации и перемен в области культуры. В советский период сформировалась и редакция иновещания таджикского радио: с 16 октября 1949 года велась трансграничная трансляция радиопрограмм Таджикистана на Иран и Афганистан. В период гражданской войны – 1992–1997 гг. радио способствовало восстановлению связей разделенных семей, вынуждено покинувших пределы родины. Так, только посредством программы «Хоки Ватан» («Земля Отчизны») в 1993–1996 гг. в эфире были озвучены десятки тысяч сообщений, зачитано порядка 200 тысяч писем слушателей, искавших своих родных и близких [Абдуллозода 2019]. В количественном отношении частные радиокomпании преобладают над государственными: 24 и 10 соответственно. Современная программная сетка государственных общенациональных радиостанций «Таджикистан», «Садои Душанбе», «Фарханг» и «Овози тоджик» строится на таджикском, русском и узбекском языках. Конкурентное преимущество государственных радиостанций заключается в том, что они получают субсидии и могут осуществлять вещание по всей территории страны.

В 1959 году началась трансляция первого республиканского государственного телевизионного канала «Телевидение Таджикистана». В годы гражданской войны Государственное телевидение в результате захвата оказалось в руках оппозиции, по оценкам исследователей, телепередачи оппонентов власти превратились в оружие пропаганды против Правительства национального примирения, подрывая его авторитет и легитимность [Муминджонов 2018]. Восстановление конституционного строя было бы невозможно без контроля над информационным пространством и телевизионной сетью. В 1992 году наряду с утверждением новой структуры Правительства Таджикистана был создан и Комитет по телевидению и радиовещанию республики. Сетка вещания государственных каналов в это время состояла из общественно-политических передач, направленных на укрепление общественного согласия и мира в стране. В современном Таджикистане порядок регулирования деятельности телевизионных и радиовещательных организаций устанавливается законом «О телевидении и радиовещании». Отраслевой Комитет по телевидению и радиовещанию при Правительстве Республики

¹ Исследование медиапредпочтения населения Таджикистана-2024: рост интернет-пользователей и новые тенденции // Центр социологических исследований «Зеркало» [эл. ресурс]: <https://zerkalo.tj/news/129-issledovateli-opredelili-mediapredpochteniya-naseleniya-rt.html> (дата обращения: 11.09.2024).

(КТР)¹ осуществляет контроль за этим сегментом медиасистемы. Несмотря на тенденцию потери интереса к телевидению, оно остается самым востребованным медиа в стране. По данным КТР по состоянию на конец 2023 года в Таджикистане было зарегистрировано 15 государственных и 18 негосударственных телеканалов, 16 телекомпаний, осуществляющих кабельное вещание, 4 станции IP-TV². Охват населения Таджикистана цифровым вещанием на текущее время составляет 83,4%³. Согласно исследованию медиапредпочтения, в январе–феврале 2022 года в Таджикистане, телезрителями являлись 96% населения, радиослушателями – 39,7%, пользователями Интернета – 66,6% от взрослой аудитории⁴.

Процессу централизованного распределения государственной информации способствовало создание 31 декабря 1925 года первого информационного агентства – местного отдела Телеграфного агентства Советского Союза – Таджикского Телеграфного Агентства (ТаджикТА). В перечень его задач входил приём информационных сообщений из московского офиса, и их последующее распространение по республиканским газетам. В 1992 году ТаджикТА было переименовано в информационное агентство «Ховар» («Восток»), его новым учредителем стало Правительство Республики Таджикистан. Агентство обладает статусом единственного центрального государственного информационного органа страны, которому предоставлено эксклюзивное право сбора и распространения официальной информации и документов, отражающих деятельность Президента и Парламента Республики Таджикистан, а также приоритетное право получения комментариев органов государственной власти. При агентстве с 2011 года осуществляет вещание радио «FM Ховар», являющееся третьей по популярности радиостанцией страны⁵. Количество негосударственных информагентств в Таджикистане за последние годы сократилось более чем в два раза:

¹ Закон Республики Таджикистан «О телевидении и радиовещании» [режим доступа]: <https://medialaw.asia/book/export/html/37> (дата обращения: 10.09.2024).

² Исследование медиапредпочтения населения Таджикистана-2024: рост интернет-пользователей и новые тенденции // Центр социологических исследований «Зеркало» [эл. ресурс]: <https://zerkalo.tj/news/129-issledovateli-opredelili-mediapredpochteniya-naseleniya-rt.html> (дата обращения: 11.09.2024).

³ К концу 2024 года уровень охвата цифровым вещанием телерадиoproграмм Таджикистана будет доведен до 100 процентов // Национальное информационное агентство Таджикистана, 29 июля 2022 года [эл. ресурс]: <https://khovar.tj/rus/2022/07/k-kontsu-2024-goda-uroven-ohvata-tsifrovym-veshhanie-teleradioprogramm-tadzhikistana-budet-dovedeno-do-100-protsentov/> (дата обращения: 11.09.2024).

⁴ Исследование медиапредпочтения населения Таджикистана-2024: рост интернет-пользователей и новые тенденции // Центр социологических исследований «Зеркало» [эл. ресурс]: <https://zerkalo.tj/news/129-issledovateli-opredelili-mediapredpochteniya-naseleniya-rt.html> (дата обращения: 11.09.2024).

⁵ Агентство // Национальное информационное агентство Таджикистана [эл. ресурс]: <https://khovar.tj/rus/agentstvo/> (дата обращения: 30.09.2024).

с 11 до 5 агентств, зарегистрированных в Министерстве культуры, большинство из них представлено в сети-Интернет.

Распространение политической информации в сетевом пространстве

В контексте глобализации и цифровизации медиасистема Таджикистана сталкивается с характерными проблемами: поиском баланса устойчивости в условиях технологической модернизации и выработки эффективной политики с внешними акторами информационного пространства – зарубежными СМИ, журналистскими организациями, финансируемые иностранными фондами [Ризоев 2022]. К числу внешних факторов, оказывающих влияние на секьюритизацию информационной политики в Таджикистане, некоторые исследователи относят и деятельность международных организаций. Эти структуры реализуют широкий спектр программ, направленных на работу с местными профессиональными журналистскими сообществами, создают собственные информационно-аналитические ресурсы, влияющие на медиаландшафт стран центральноазиатского региона [Грибин 2021].

Цифровизация каналов массовой коммуникации породила сегментацию потребления информационных продуктов, при этом предоставила технические возможности расширения охвата потенциальной аудитории. Использование информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и в первую очередь Интернета оказало значительное влияние на процессы политической коммуникации. Традиционно политическая активность была ограничена пространством и временем. Виртуализация публичного пространства упростила осуществление политического общения: снизила материально-технические и организационные издержки, связанные с распространением политической информации.

Взаимодействие, выстроенное на базе сетевого информационного обмена между политическими группами и институтами, в свою очередь, также качественно изменилось, усилился уровень влияния политических акторов на целевую аудиторию. Сетевая информационная коммуникация также предоставила большие возможности для гомогенизации групп по ряду параметров: виртуальным политическим сообществам легче выстраивать свою коллективную идентичность, таким образом возрастает степень их политической консолидации [Vedel: 44-46].

Указанные тенденции затронули и сферу политической коммуникации в Таджикистане. Организация контроля за контентом, возникающим в сетевом пространстве, является сложным и непредсказуемым процессом. Например, агентства политической коммуникации в национальных информационных средах могут стать глобальные сетевые медиа, которые все еще остаются вне поля правового регулирования структурами власти этих государств [Салимов Ф.Н. 2023]. Тем не менее власти Таджикистана пытаются быстро реагировать на наруше-

ние норм законодательства, связанных с распространением информации в сети Интернет. Сложность управления информационными процессами в сетевом пространстве поставил вопрос о способах его регулирования. В законодательстве Таджикистана еще не актуализировано понятие «сетевые издания», не определен их статус по соотношению с традиционными СМИ. Гражданское общество страны совместно с журналистскими организациями прорабатывали механизмы унификации процесса регистрации разных типов медиа посредством уведомления соответствующего государственного органа о факте учреждения¹, которые, однако, не нашли поддержки у властей – соответствующие поправки в Закон «О периодической печати и других СМИ» парламентом не были одобрены². В настоящее время для регистрации нового СМИ в Таджикистане необходимо получить разрешение Государственного комитета безопасности. Контроль за информационным пространством сети-Интернет остается за Службой связи, полномочия которой прописаны в Законе Республики Таджикистан «О противодействии экстремизму»³.

Проблемы обеспечения безопасности в информационном пространстве связаны и с кадровым потенциалом: слабый уровень специалистов регулирующих органов и неспособность журналистского сообщества эффективно противодействовать информационным интервенциям радикальных идеологий в медиасреду страны извне [Салимов Д. М. 2023]. Сетевые медиа по объемам рекламной торговли, охвату аудитории, степени политического и культурного влияния уже превосходят традиционные СМИ. В этой связи, институционализация новых медиа является одной из актуальных задач органов государственной власти по ряду причин. Одна из них – роль сетевой медийной коммуникации в поляризации общественных настроений, распространении фейков, диффамации [Поляков, Нигматуллина 2024]. Другая причина состоит в том, что цифровые платформы способствуют циркуляции в публичной сфере информации деструктивного характера, обладают возможностью альтернативной трактовки медиареальности, способностью воспроизводить структурные компоненты идентичности – транслировать ценности, и на их основе создавать сетевые структуры [Вихрова 2023].

¹ От онлайн-регистрации СМИ до 60% отечественного контента. Что включает в себя новый закон о СМИ? // Asia Plus TJ, 24 мая 2024 г. [эл. ресурс]: <https://asiaplustj.info/ru/news/tajikistan/society/20240524/ot-onlain-registratsii-smi-do-60-otchestvennogo-kontenta-chto-vklyuchaet-v-sebya-novii-zakon-o-smi> (дата обращения: 09.09.2024).

² Ҳукумат лоиҳаи қонуни нави матбуотро напзируфт (Правительство не поддерживало проект нового закона о Печати) // Asia Plus TJ, 15 октября 2024 г. [эл. ресурс]: <https://asiaplustj.info/tj/news/tajikistan/power/20241015/ukumat-loiai-onuni-navi-matbuotro-napaziruft> (дата обращения: 05.11.2024).

³ Закон Республики Таджикистан от 2 января 2020 года № 1655 О противодействии экстремизму [режим доступа]: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=37848960 (дата обращения: 09.09.2024).

Цифровизация обуславливает тенденции деинституционализации, которая подрывает роль традиционных институтов власти, таких как государство [Mancini 2020]. Например, использование сетевых ресурсов (т.е. замена ими реальных структур управления и контроля) в системе политической коммуникации дает возможность получить поддержку среди масс, добиться легитимности [Шарков и др. 2022]. Амбивалентность цифровизации заключается и в том, что она расширяет возможности контроля за поведением и действиями граждан в виртуальном пространстве. В этой связи, переход на цифровые платформы существенно изменил информационно-коммуникационную составляющую политических процессов в Таджикистане. Социальными сетями как агрегаторами новостей и средой, предоставляющей доступ к развлекательному контенту, в Таджикистане пользуются порядка 1,6 человек ежедневно¹. Практики надзора за информационным пространством, в частности циркулирования политической информации обрело черты секьюритизации – установления статуса наивысшей угрозы в качестве меры противодействия распространению радикально-экстремистских идеологий, чуждых ценностей и культуры.

Интерпретация исторической составляющей политической коммуникации является сферой особого внимания государственной власти, стремящейся установить контроль над общественно-политическим дискурсом. Подобный способ регулирования информационных потоков прослеживается и в законодательстве других стран центральноазиатского региона: информационная безопасность понимается в качестве совокупности мер защиты национальной медиасреды пространства от воздействия внешних акторов, которое чаще всего воспринимается как негативное [Ибрагимова 2013]. Своеобразный протекционизм информационного пространства проявляется и в удержании баланса образов: телевизионная реклама должна соответствовать национальному канону культуры: это является условием разрешения на трансляцию по государственным телевизионным сетям² и другим каналам массовой коммуникации. Уголовный кодекс предусматривает реальное наказание за действия, осуществляемые в виртуальном пространстве: проявление одобрения материалам (лайк) экстремистского характера, публичное оправдание террористической деятельности.³ Тем не менее, в республике усматривается динамика пересмотра политики надзора за сетевым цифровым пространством: высшее руководство страны призва-

¹ Internet World Stats [эл. ресурс]: <https://web.archive.org/web/20240322122520/https://www.internetworldstats.com/asia.htm#tj> (дата обращения: 09.09.2024).

² Как выбирают рекламу для таджикского телевидения? // Asia Plus TJ, 29 января 2024 г. [эл. ресурс]: <https://asiaplustj.info/ru/news/tajikistan/economic/20240129/kak-vibirayut-reklamu-dlya-tadzhikskogo-televideniya> (дата обращения: 09.09.2024).

³ Уголовный кодекс Республики Таджикистан от 21 мая 1998 года № 574 (с изменениями и дополнениями по состоянию на 19.07.2022 г.) [режим доступа]: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30397325&pos=8;-108#pos=8;-108 (дата обращения: 09.09.2024).

ло силовые структуры прекратить преследования за просмотр, лайки или комментирование политических материалов в сети-Интернет¹.

Выводы. Становление системы СМИ Таджикистана в рамках единой советской модели предопределило вектор развития таджикостанского социума в координатах общества модерна. Медиасистема республики Таджикистан будучи составным элементом единой советской модели журналистики, в период независимости приобрела собственные уникальные черты. Факторами развития медиасистемы Таджикистана выступили, с одной стороны, демократизация общественно-политической жизни, накопленный опыт управления, конструирование собственной парадигмы культуры. СМИ стали важной составляющей политической культуры, участвуя в создании и воспроизводстве символического капитала. Современная индустрия печати в стране переживает кризис, проследживается отток читательской аудитории в интернет-пространство. Государственная власть остается главным субъектом системы политической коммуникации, количественно и качественно доминируя в медиапространстве, направляет русло идеологического дискурса, устанавливает границы публичной полемики. Медиаполитика Республики Таджикистан в настоящее время находится в процессе модернизации правовых основ регулирования средств массовой коммуникации, в стране формируются практики реагирования на информационные угрозы, устанавливаются критерии соответствия медиапродуктов ценностям национальной культуры. Тенденции медиапотребления указывают на последовательный рост интереса граждан к политической информации, получаемой из сети Интернет, в связи с чем можно спрогнозировать усилия властей республики на выработку новых, более эффективных методов контроля за информационными потоками.

Источники

Абдуллозода М.А. (2019). Системные особенности радиовещания в республике Таджикистан // Вестник Таджикского национального университета. Серия филологических наук. № 1. С. 285-291.

Вартанова Е.Л. (2018). От теорий прессы – к моделям СМИ: к истории возникновения сравнительного изучения медиасистем за рубежом // Коммуникации. Медиа. Дизайн. Т. 3. № 2. С. 5-16.

Вартанова Е.Л., Пую А.С. (2017). Об актуальности изучения медиасистем стран СНГ // Меди@льманах. Т. 83. № 6. С. 8-13.

Вихрова О.Ю., Горлова Я.С., Фроляк К.В. (2023). Telegram-каналы и чаты как инструмент трансляции традиционных ценностей в «цифровых диаспорах» народов Центральной Азии (на примере таджикской диаспоры России) // Информационное общество. № 5. С. 107-122.

¹ Необоснованные дела за «лайки» и «слабая работа» таджикских чиновников в РФ. Чем недоволен Эмомали Рахмон? // Asia Plus TJ, 29 октября 2024 г. [эл. ресурс]: <https://asiaplustj.info/ru/news/tajikistan/power/20241029/neobosnovannie-dela-za-laiki-i-slabaya-rabota-tadzhikskih-chinovnikov-v-rf-chem-nedovolen-emomali-rahmon> (дата обращения: 05.11.2024).

Вырковский А.В., Колесниченко А.В. (2020). Новые медиа как площадки для политического дискурса в странах постсоветского пространства // Меди@льманах. Т. 96. № 1. С. 48-59.

Грибин Н.П. (2021). Коммуникационные режимы государств Центральной Азии в контексте интересов национальной безопасности Российской Федерации // Россия и мир: научный диалог. Т. 1. № 2. С. 80-95.

Ибрагимов Г.Р. (2013). Подходы государств Центральной Азии к вопросам управления интернетом и обеспечения информационной безопасности // Индекс безопасности. Т. 19. № 1. С. 103-128.

Маъруфзода С. (2018). Таджикская партийная печать и этапы её формирования // Таджикистан и современный мир. Т. 61. № 2. С. 81-90.

Муминджонов З. (2018). Эволюция и развития Таджикского телевидения в годы независимости // Вестник Педагогического университета. Т. 76. № 4. С. 204-209.

Поляков А.К., Нигматуллина К.Р. (2024). К проблеме институционализации социальных медиа // Коммуникология. Т. 12. № 1. С. 28-37.

Рахимов А.А. (2021). Особенности функционирования русскоязычных печатных СМИ Таджикистана в период независимости // Вестник Педагогического университета. Т. 90. № 1. С. 220-227.

Ризоев Ш.Х. (2022). Медиасистемы стран Центральной Азии в цифровую эпоху: вызовы и возможности // Динамика медиасистем. Т. 2. С. 91-96.

Салимов Д.М. (2023). Сетевая коммуникационная революция в Таджикистане и Узбекистане // Теории и проблемы политических исследований. Т. 12. № 2А. С. 45-56.

Салимов Ф.Н. (2023). Вопросы экстремизма в медиапространстве Таджикистана: анализ СМИ и социальных медиа // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. Т. 10. № 1. С. 280-291.

Салихов Н.Н., Муродов М.Б., Абдуллозода М.А. (2019). Этапы развития печатных средств массовой информации в Республике Таджикистан периода государственной независимости // Вестник университета (Российско-Таджикский (Славянский) университет). № 1. С. 244-253.

Силкин В.В. (2017). Информационно-коммуникативные управленческие процессы в политическом пространстве общества // Коммуникология. Т. 5. № 6. С. 15-30.

Усмонов И., Давронов Д. (2008). История таджикской журналистики. Душанбе: Азия-Принт.

Халид А. (2022). Создание Узбекистана. Нация, империя и революция в раннесоветский период. СПб: Academic Studies Press.

Хасанова Т.Г. (2021). СМИ и национальная идентичность: концепт и основополагающая категория стратегической политики республики Таджикистан // Вестник Таджикского национального университета. Серия филологических наук. № 1. С. 219-225.

Шарков Ф.И. и др. (2022). Влияние цифровых медиатехнологий на систему властно-управленческих отношений в меняющемся международном ландшафте // Коммуникология. Том 10. № 3. С. 88-102.

Mancini P. (2020). Comparing media systems in the digital age. *International Journal of Communication*. Vol. 14. P. 14.

Spooner B. (2012). Persian, Farsi, Dari, Tajiki: Language Names and Language Policies. In: *Language Policy and Language Conflict in Afghanistan and Its Neighbors*. Leiden: Brill.

Vedel T. (2003). Political communication in the age of the internet. In: *Political Communication in a New Era: a cross-national perspective*. London: Routledge.

■ ■ ■ Media in the political communication system of modern Tajikistan

Rizoev Sh.K.

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Moscow, Russia.

Abstract. The paper represents the description of role of mass media within the context of the formation of a political communication system in the Republic of Tajikistan. To achieve this goal, the author provides a detailed review of the history of the formation of the media system in the republic, characterizes the specifics of its functioning, and identifies the features of the dissemination of political information through mass communication channels. Further analysis of the practice of state regulation allowed to systematize the sources of legal norms and to provide the general assessment of methods for exercising control over the media space.

Keywords: political communication, media system, online media, digitalization, Tajikistan, state power

For citation: Rizoev Sh.K. (2024). Media in the Political Communication System of Modern Tajikistan. *Communicology (Russia)*. Vol. 12. No. 4. P. 28-40. DOI 10.21453/2311-3065-2024-12-4-28-40.

Inf. about the author: Rizoev Shamsiddin Khurshedovich – senior lecturer, Faculty of Journalism, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration. ORCID: 0000-0002-7770-6445. Address: 119571, Russia, Moscow, Vernadsky av., 82. E-mail: rizoev-sk@ranepa.ru.

Received: 27.09.2024. *Accepted:* 16.11.2024.

References

- Abdullozoda M.A. (2019). Systemic Features of Radio Broadcasting in the Republic of Tajikistan. *Bulletin of the Tajik National University. Series of the Philological Sciences*. No. 1. P. 285-291 (in Rus.).
- Gribin N.P. (2021). Communication regimes of the Central Asian states in the context of the national security interests of the Russian Federation. *Russia and the World: Scientific Dialogue*. Vol. 1. No. 2. P. 80-95 (in Rus.).
- Ibragimova G.R. (2013). Approaches of Central Asian states to issues of Internet governance and information security. *Security Index*. Vol. 19. No. 1. P. 103-128 (in Rus.).
- Khalid A. (2022). The Making of Uzbekistan: Nation, Empire, and Revolution in the Early Soviet Period. SPb: Academic Studies Press (in Rus.).
- Khasanova T.G. (2021). Media and national identity: concept and fundamental category of the strategic policy of the Republic of Tajikistan. *Bulletin of the Tajik National University. Series of the Philological Sciences*. No. 1. P. 219-225 (in Rus.).
- Mancini P. (2020). Comparing media systems in the digital age. *International Journal of Communication*. Vol. 14. P. 14.
- Marufzoda S. (2018). Tajik party press and stages of its formation. *Tajikistan and Contemporary World*. Vol. 61. No. 2. P. 81-90 (in Rus.).

Mumindzhonov Z. (2018). Evolution and development of Tajik television in the years of independence. *Herald of the Pedagogical University*. Vol. 76. No. 4. P. 204-209 (in Rus.).

Polyakov A.K., Nigmatullina K.R. (2024). On the problem of institutionalization of social media. *Communicology (Russia)*. Vol. 12. No. 1. P. 28-37 (in Rus.).

Rakhimov A.A. (2021). Features of the functioning of Russian-language print media in Tajikistan during the period of independence. *Herald of the Pedagogical University*. Vol. 90. No. 1. P. 220-227 (in Rus.).

Rizoev S.K. (2022). Media systems of Central Asian countries in the digital age: challenges and opportunities. *Dynamics of Media Systems*. Vol. 2. P. 91-96 (in Rus.).

Salikhov N.N., Murodov M.B., Abdullozoda M.A. (2019). Stages of development of print media in the Republic of Tajikistan during the period of state independence. *University Bulletin (Russian-Tajik (Slavonic) University)*. No. 1. P. 244-253 (in Rus.).

Salimov D.M. (2023). Network Communication Revolution in Tajikistan and Uzbekistan. *Theories and Problems of Political Studies*. Vol. 12. No. 2A. P. 45-56 (in Rus.).

Salimov F.N. (2023). Issues of extremism in the media space of Tajikistan: analysis of the media and social media. *Bulletin of the Tajik National University. Series of Economic and Social Sciences*. Vol. 10. No. 1. P. 280-291 (in Rus.).

Sharkov F.I. et al. (2022). The impact of digital media technologies on the system of power and management relations in the changing international landscape. *Communicology (Russia)*. Vol. 10. No. 3. P. 88-102 (in Rus.).

Silkin V.V. (2017). Information and communication management processes in the political space of society. *Communicology (Russia)*. Vol. 5. No. 6. P. 15-30 (in Rus.).

Spooner B. (2012). Persian, Farsi, Dari, Tajiki: Language Names and Language Policies. In: *Language Policy and Language Conflict in Afghanistan and Its Neighbors*. Leiden: Brill.

Usmonov I., Davronov D. (2008). History of Tajik journalism. Dushanbe: Asia-Print (in Rus.).

Vartanova E.L. (2018). From theories of the press to models of media: on the history of the emergence of comparative studies of media systems abroad. *Communications. Media. Design*. Vol. 3. No. 2. P. 5-16 (in Rus.).

Vartanova E.L., Puyu A.S. (2017). On the relevance of studying media systems of the CIS countries. *Medi@lmanah Journal*. Vol. 83. No. 6. P. 8-13 (in Rus.).

Vedel T. (2003). Political communication in the age of the internet. In: *Political Communication in a New Era: a cross-national perspective*. London: Routledge.

Vikhrova O.Y., Gorlova Y.S., Frolyak K.V. (2023). Telegram channels and chats as a tool for broadcasting traditional values in the "digital diasporas" of the peoples of Central Asia (on the example of the Tajik diaspora in Russia). *Information Society*. No. 5. P. 107-122 (in Rus.).

Vyrkovsky A.V., Kolesnichenko A.V. (2020). New media as platforms for political discourse in the post-Soviet countries. *Medi@lmanah Journal*. Vol. 96. No. 1. P. 48-59 (in Rus.).