

Тенденции развития СМИ азербайджанской и армянской диаспор РФ

Гасанов Анар Мовсум оглы

Аспирант

Московский Государственный Университет им. М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: anar-gasanov@yandex.ru

Одним из наиболее серьезных последствий распада Советского Союза стало возникновение на территории России новых диаспор. К наиболее крупным относятся азербайджанская и армянская. Так, по итогам последней Всероссийской Переписи Населения 2002 года азербайджанская диаспора составляет 621840 тысячи, армянская – 1,130491 тысячи человек. Однако реальное количество гораздо выше. По имеющимся неофициальным данным число представителей азербайджанского и армянского народов превышает 2-х миллионов. Масштабы новой волны миграции порождают определенные проблемы интеграционного характера вопросы.

На первый план вышла проблема взаимной адаптации, то есть, с одной стороны, готовность общества-реципиента принять диаспору с ее национально-культурной спецификой, а с другой – готовность самой диаспоры стать частью общества-реципиента, приняв его базовые ценности.

В решении проблемы адаптации и вопросов сохранения национальной идентичности особая роль принадлежит СМИ и в значительной степени средствам массовой информации самих общин..

Сегодня СМИ азербайджанской диаспоры только в Москве представлены более чем 5-ти различными еженедельными и ежемесячными изданиями, интернет-ресурсами, а также кабельным телевидением «ИнтерА3». Выходят десятки региональных изданий.

Однако СМИ азербайджанской диаспоры, с точки зрения эффективности реализации коммуникативной функции, обеспечивающей широкое общение внутри диаспоры, не продуктивны. Причин здесь несколько, и самая существенная связана с фрагментацией, раздробленностью разных слоев иммигрантов из Азербайджана. В отличие от азербайджанцев - старожилов, приехавших в Россию в советское время и образующих ядро диаспоры, мигранты 90-х годов слабо владеют русским языком. Они не читают русскоязычную прессу, в том числе издающуюся диаспорой. А СМИ, которые выходят на азербайджанском языке и являются предпочтительными для мигрантов новой волны, не достаточно освещают проблемы интеграции.

СМИ армянской диаспоры в количественном отношении уступают прессе азербайджанской диаспоры. Но у них есть популярные издания, такие как распространяющиеся по всей территории газета «Ноев Ковчег», и журнал «Ереван». В регионах получили популярность местные газеты, в частности «Еркирамас», издающаяся в Краснодарском крае.

Несмотря на то, что по сравнению с прессой других диаспор азербайджанские и армянские СМИ достаточно многочисленны, лишь некоторые газеты и журналы доказали свою востребованность. Это - «Азербайджанский Конгресс», «Азеррос», «Ноев Ковчег» и «Ереван». Читательский интерес формируется, прежде всего, за счет тематического наполнения, выявляющего общезначимые вопросы, интересующие каждую диаспору в целом. Следует подчеркнуть и отлаженную систему их распространения и через подписку, и через розничную продажу.

Основную функцию иммигрантской журналистики возможно представить как просветительскую, создающую представления о деятельностном характере иммигрантов и их способности приносить пользу обществу-реципиенту. В качестве наиболее характерных способов, используемых для осуществления этой функции, можно выделить следующие:

- помещение материалов, раскрывающих значительный вклад народа в целом и отдельных его выдающихся представителей в развитие национальной и мировой культур;
- статьи об отдельных политиках, военных, деятелях культуры, науки, способствовавших сближению и взаимопониманию этих народов и россиян;

- публицистика о проблемах толерантности;
- публикация материалов, ориентированных на комментирование опубликованных в российских СМИ статей, интервью, сообщений о жизни и проблемах обеих диаспор. В материалах диаспоральной прессы обнаруживается стремление вернуть достаточно дискредитированный, стигматизированный столичной прессой образ представителей Закавказья и обосновать положительные стороны их присутствия в столице.

Эти масс-медиа в общем виде являются значимыми ресурсами гибкой социальной организации иммигрантов в новых условиях. Стратегия СМИ, ориентированных прежде всего на азербайджанцев и армян, проживающих в России, направлена на развитие интеграционных процессов и повышение уровня самоорганизации самих диаспор., озабоченных сохранением культурной идентичности. Есть два основных фактора, влияющих на функционирование каналов коммуникации азербайджанцев и армян в России: Это - наличие активных иммигрантов-интеллектуалов, которые способны играть роль посредника между иммигрантами-обывателями и принимающим обществом. Другой основополагающий фактор - этническая самоидентификация, значимость национального "я" для той или иной группы населения. Как новый социальный феномен – быстро растущая «азербайджанская» и армянская иммигрантская журналистика, фактически основана на надэтнической идентичности советского типа. Между тем, в постсоветский период иммиграция отличается повышенной чувствительностью к вопросу культурной идентичности. Оба указанные аспекта обуславливают тенденции развития диаспоральных СМИ.